
Business Development Strategy Selection for Cracker Enterprises with SWOT and ANP Approaches

Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk dengan Pendekatan SWOT dan ANP

Antika Yuspita Ningrum¹, Nurlaila Handayani^{2*}, Wiky Sabardi³

^{1,2,3} Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Samudra

Email : nurlaila.handayani1984@gmail.com*

ABSTRAK

Usaha Tiara Kerupuk Merah masih tergolong baru dan masih diperlukan suatu pengembangan. Jumlah produksi kerupuk lebih sedikit dari pada permintaan, hal ini disebabkan karena terbatasnya sumber daya manusia dan fasilitas produksi yang masih kurang optimal. Dari permasalahan yang ada membuat Usaha Tiara Kerupuk Merah memerlukan strategi untuk bisa mengatasi suatu permasalahan dan proses pengembangan usaha. Metode yang digunakan adalah SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) dan ANP (Analytical Network Process). Hasil penelitian dari analisis SWOT yaitu terdapat 6 (enam) alternatif strategi pengembangan Usaha Tiara Kerupuk Merah. Hasil dari perhitungan ANP yang menjadi strategi prioritas pertama dengan nilai limit (0,057) yaitu membuka cabang di lokasi/daerah lain, strategi prioritas kedua dengan nilai limit (0,036) yaitu menjadi pemasok unggulan bagi industri rumah makan, dan strategi prioritas ketiga dengan nilai limit (0,025) yaitu mengembangkan produk untuk disalurkan ke supermarket.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, SWOT, ANP

ABSTRACT

Tiara Kerupuk Merah business is still relatively new and development is still needed. The amount of cracker production was less than the demand, this was due to limited human resources and production facilities that were still not optimal. From the existing problems, the Red Kerupuk Tiara Business requires a strategy to be able to overcome a problem and the business development process. The method used is SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and ANP (Analytical Network Process). The results of the study from the SWOT analysis are that there are 6 (six) alternative strategies for developing the Red Tiara Kerupuk Business. The results of the ANP calculation are the first priority strategy with a value limit (0.057), namely opening branches in other locations/regions, the second priority strategy with a value limit (0.036), namely being a superior supplier for the restaurant industry, and the third priority strategy with a value limit (0.025) namely developing products to be distributed to supermarkets.

Keywords: Business Development, SWOT, ANP

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan karena berkontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi. UMKM mampu menunjang dan memengaruhi perekonomian walaupun dengan jumlah pekerja, aset dan omset yang kecil. Pengembangan UMKM dalam pembangunan ekonomi makin relevan dengan tujuan untuk mengatasi

Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk dengan Pendekatan SWOT dan ANP/ Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2023 Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

kemiskinan serta pengangguran. Dalam proses pengembangan usaha terdapat beberapa kendala yang dihadapi UMKM baik secara internal maupun eksternal. Kendala yang dimaksud seperti keterbatasan modal, kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, kesulitan pemasaran karena kurang informasi serta proses perizinan yang cukup panjang [1].

Usaha Tiara Kerupuk Merah merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang industri pangan yang dikelola oleh Ibu Ani sejak tahun 2020. Produk yang dihasilkan pada usaha ini adalah kerupuk merah yang masih mentah. Dalam sekali produksi UMKM Tiara Kerupuk Merah menghabiskan 40 karung tepung tapioka atau sama dengan 1.000 kg tepung. Waktu yang diperlukan untuk memproduksi kerupuk merah dalam sekali produksi atau dalam satu periode adalah satu minggu atau bisa lebih sesuai dengan kondisi cuaca. Berdasarkan survei awal yang dilakukan di UMKM Tiara Kerupuk Merah ditemukan permasalahan yaitu jumlah produksi lebih sedikit dari jumlah permintaan, hal ini disebabkan karena terbatasnya sumber daya manusia dan fasilitas produksi yang masih kurang optimal. Usaha Tiara Kerupuk Merah juga masih tergolong baru dan masih diperlukan suatu pengembangan, dalam perjalanan suatu usaha perlu dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja permasalahan yang dialami, hal ini juga dapat menjadi pedoman untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan strategi prioritas yang dapat dilakukan untuk mengembangkan Usaha Tiara Kerupuk Merah.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah metode analisis dengan perhitungan atau pengolahan terhadap data-data yang bersifat pembuktian dari masalah yang ada, sedangkan pendekatan deskriptif adalah untuk menggambarkan situasi yang terjadi secara nyata pada lokasi penelitian. Dengan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa metode kuantitatif deskriptif adalah metode penelitian yang memaparkan atau menjabarkan data-data yang diperoleh melalui angka.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data primer yaitu: Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden dari jawaban kuesioner terhadap analisis SWOT (Strength, Weakness, Oppurtunities, Threats), dan data sekunderyaitu: studi literatur dan data yang didapat dari perusahaan beruparincian biaya yang dikeluarkan selama proses produksi serta proses pendistribusian produk.

Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Uji statistik kuesioner (validitas dan reliabilitas)
2. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Oppurtunities, Threats)

Dengan menggunakan matrik IFAS (Internal Factor Analysis Strategic) [2] dan matrik EFAS (External Factor Analysis Strategic).

3. Analytical Network Process (ANP)
 - a. Membuat konstruksi model
 - b. Melakukan penilaian pembobotan pada perbandingan berpasangan
 - c. Menghitung bobot elemen
 - d. Menghitung rasio konsistensi
 - e. Pembentukan supermatrik
 - f. Pemilihan alternatif terbaik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yaitu pemilik dan karyawan UMKM Tiara Kerupuk Merah yang dilakukan dalam dua tahap, pertama penyebaran kuesioner analisis SWOT dan yang kedua kuesioner ANP. Namun pada penyebaran kuesioner ANP hanya dibagikan pada satu responden yang lebih menguasai dibidangnya. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner dari semua responden, didapat hasil rating dari setiap butir pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 1. Rating

		SS	S	TS	STS
Internal	Strengths (Kekuatan)				
	S1	1. Produk dikenal masyarakat		√	
	S2	2. Peminat kerupuk merah lebih tinggi		√	
	S3	3. Harga jual kerupuk terjangkau		√	
	S4	4. Tenaga kerja terampil		√	
	Weakness (Kelemahan)				
	W1	1. Jumlah SDM minim		√	
	W2	2. Peralatan masih minim dan kurang lengkap	√		
W3	3. Ukuran kerupuk tidak sama sehingga kerupuk yang lebih tipis mudah patah		√		
W4	4. Belum bisa memenuhi pesanan dengan jumlah banyak	√			
Eksternal	Opportunities (Peluang)				
	O1	1. Bahan baku mudah didapat		√	
	O2	2. Menjalin kerjasama dengan industri rumah makan		√	
	O3	3. Usaha dapat dikembangkan di semua lokasi/daerah		√	
	Threats (Ancaman)				
	T1	1. Munculnya pesain baru	√		
	T2	2. Selera konsumen yang selalu berubah ubah		√	
T3	3. Perubahan iklim dan cuaca	√			

Pengolahan data SWOT

Model yang digunakan adalah matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Strategic*) dan matrik EFAS (*External Factor Analysis Strategic*) [3]. Hasil identifikasi dari faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan ditampilkan dalam tabel matriks IFAS yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Analisis Data Matrik IFAS

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Skor
(Strength) Kekuatan			
1. Produk dikenal masyarakat	0.11	3	0.33
2. Peminat kerupuk merah lebih tinggi	0.12	3	0.36
3. Harga jual kerupuk terjangkau	0.14	3	0.42
4. Tenaga kerja terampil	0.16	3	0.48
JUMLAH KEKUATAN			1.59
(Weakness) Kelemahan			
1. Jumlah SDM minim	0.13	2	0.26
2. Peralatan masih minim dan kurang lengkap	0.15	1	0.15
3. Ukuran kerupuk tidak sama mengakibatkan kerupuk yang lebih tipis mudah patah	0.06	2	0.12
4. Belum bisa memenuhi pesanan dengan jumlah banyak	0.13	1	0.13
JUMLAH KELEMAHAN			0.66
TOTAL	1		2.93

Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk dengan Pendekatan SWOT dan ANP/ Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

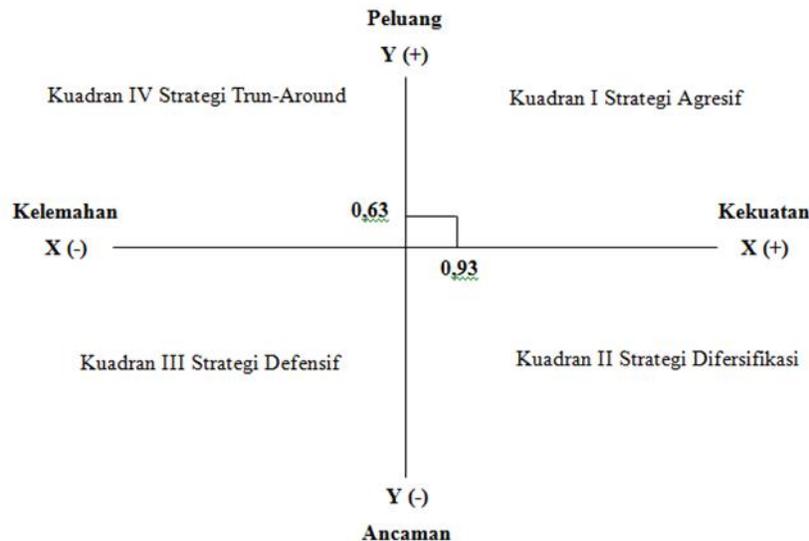
© 2023 Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

Selanjutnya hasil identifikasi dari faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman ditampilkan dalam tabel matriks EFAS yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Analisis Data Matrik EFAS

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Skor
(Opportunities) Peluang			
1. Bahan baku mudah didapat	0.19	3	0.57
2. Menjalin kerjasama dengan industri rumah makan	0.10	3	0.3
3. Usaha dapat dikembangkan di semua lokasi/daerah	0.15	3	0.45
JUMLAH KEKUATAN			1.32
(Threat) Ancaman			
1. Munculnya pesain baru	0.20	1	0.2
2. Selera konsumen yang selalu berubah ubah	0.13	2	0.26
3. Perubahan iklim dan cuaca	0.23	1	0.23
JUMLAH KELEMAHAN			0.69
TOTAL		1	2.67

Dapat diperoleh gambar diagram SWOT dengan mengurangkan total strength dengan total weakness (selisih) yang hasilnya akan menjadi titik koordinat sumbu x. Selanjutnya mengurangkan total opportunity dengan total threat (selisih) dan hasilnya akan menjadi titik koordinat y. Berdasarkan hasil selisih pada faktor internal dan faktor eksternal, maka diperoleh nilai $X > 0$ yaitu 0,93 dan nilai $Y > 0$ yaitu 0,63. Posisi koordinatnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT Hasil Pengolahan Internal dan Eksternal

Setelah dilakukan perhitungan bobot dan menyusun hasil faktor internal dan hasil faktor eksternal, maka selanjutnya adalah membuat matrik SWOT yang dapat menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi UMKM Tiara Kerupuk Merah untuk dapat menyesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Pendekatan matrik SWOT yang memberikan alternatif strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-

Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk dengan Pendekatan SWOT dan ANP/ Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

O, dan strategi W-T [4]. Strategi pada matrik SWOT ini didapat dengan mengaitkan antara faktor internal dan faktor eksternal yang ada. Matriks ini dapat memudahkan usaha Tiara Kerupuk Merah dalam menentukan strategi pengembangan yang tepat. Matriks SWOT dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Matrik SWOT

Faktor Eksternal	Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk dikenal masyarakat 2. Peminat kerupuk merah lebih tinggi 3. Harga jual kerupuk terjangkau 4. Tenaga kerja terampil 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah SDM minim 2. Peralatan masih minim dan kurang lengkap 3. Ukuran kerupuk tidak sama mengakibatkan kerupuk yang lebih tipis mudah patah 4. Belum bisa memenuhi pesanan dengan jumlah banyak
	Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
	<ol style="list-style-type: none"> a. Bahan baku mudah didapat b. Menjalin kerjasama dengan industri rumah makan c. Usaha dapat dikembangkan di semua lokasi/daerah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi pemasok yang unggul bagi industri rumah makan 2. Membuka cabang di lokasi/daerah lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan bahan baku yang mudah didapat harus lebih mengoptimalkan SDM dan fasilitas untuk memenuhi permintaan
	Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru dengan produk sejenis 2. Selera konsumen yang selalu berubah-ubah 3. Perubahan iklim atau cuaca 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan produk untuk disalurkan ke supermarket 2. Mengembangkan atau menjual produk via online 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi pesaing baru

Pengolahan data ANP

Indikator pengembangan usaha Tiara Kerupuk Merah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Indikator Pengembangan Usaha

Indikator	Atribut
Aspek	<ul style="list-style-type: none"> - SDM - Fasilitas - Cuaca - Kualitas
Masalah	<ul style="list-style-type: none"> - (M1) Jumlah karyawan sedikit - (M2) Alat produksi terbatas - (M3) Perubahan cuaca dapat mengganggu proses produksi - (M4) Ukuran kerupuk tidak sama mengakibatkan kerupuk yang lebih tipis mudah patah, sehingga dapat menimbulkan pesaing baru dengan kualitas yang lebih baik. - (M5) Belum bisa memenuhi pesanan dengan jumlah banyak dikarenakan selera konsumen yang berubah-ubah.
Alternatif strategi	<ul style="list-style-type: none"> - (A1) Menjadi pemasok yang unggul bagi industri rumah makan - (A2) Membuka cabang di lokasi/daerah lain - (A3) Mengoptimalkan SDM dan fasilitas untuk memenuhi permintaan - (A4) Mengembangkan produk untuk disalurkan ke supermarket - (A5) Mengembangkan atau menjual produk via online - (A6) Meningkatkan kualitas untuk menghadapi pesaing baru

Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk dengan Pendekatan SWOT dan ANP/ Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

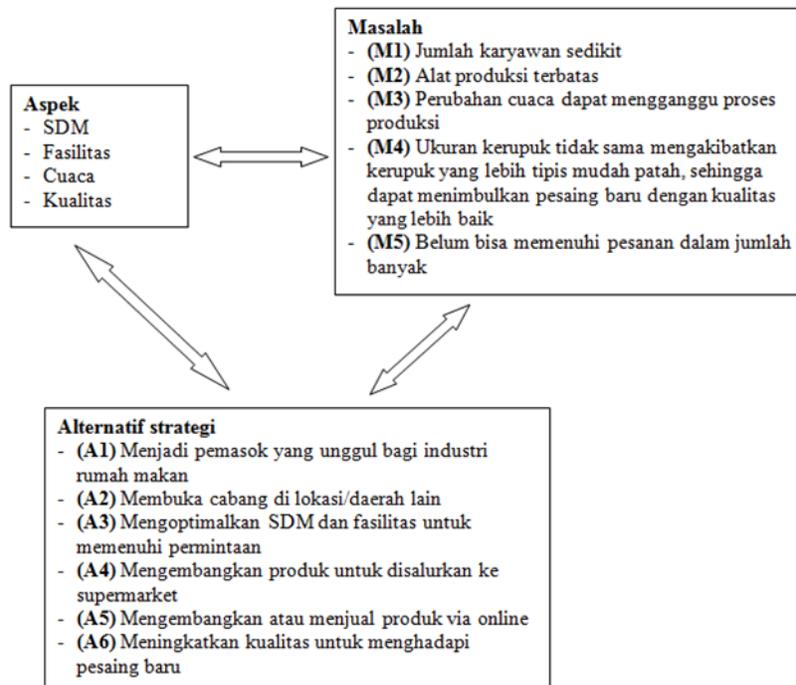
© 2023 Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

Konstruksi Model atau struktur network

Struktur network berfungsi untuk menentukan penganruh atau saling ketergantungan antar cluster maupun antar elemen. Dalam pemilihan strategi pengembangan usaha Tiara Kerupuk Merah terdapat 3 cluster, yaitu:

1. Aspek. Cluster aspek memiliki 4 elemen yaitu: SDM, fasilitas, cuaca dan kualitas.
2. Masalah. Cluster masalah memiliki 5 elemen yaitu: (M1) Jumlah karyawan sedikit, (M2) Alat produksi terbatas, (M3) Perubahan cuaca dapat mengganggu proses produksi, (M4) Ukuran kerupuk tidak sama mengakibatkan kerupuk yang lebih tipis mudah patah, sehingga dapat menimbulkan pesaing baru dengan kualitas yang lebih baik, (M5) Belum bisa memenuhi pesanan dalam jumlah banyak.
3. Alternatif strategi. Cluster alternatif strategi [5] memiliki 6 elemen yaitu: (A1) Menjadi pemasok yang unggul bagi industri rumah makan, (A2) Membuka cabang di lokasi/daerah lain, (A3) Mengoptimalkan SDM dan fasilitas untuk memenuhi permintaan, (A4) Mengembangkan produk untuk disalurkan ke supermarket, (A5) Mengembangkan atau menjual produk via online, (A6) Meningkatkan kualitas untuk menghadapi pesaing baru.

Cluster diatas disusun menjadi network pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. Struktur Network Pemelihan Strategi Pengembangan Usaha Tiara Kerupuk Merah

Matriks Perbandingan Berpasangan antar Cluster

Nilai eigen vector matriks perbandingan berpasangan antar cluster dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Matriks Perbandingan Berpasangan Cluster

	Aspek	Masalah	Alternatif
Aspek	0	0,833	0,75
Masalah	0,75	0	0,25
Alternatif	0,25	0,167	0

Langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu menghitung nilai eigen vector untuk setiap perbandingan berpasangan antar sub-cluster dan antar kriteria dan nilainya akan diletakkan pada sebuah supermatriks yang dinamakan unweight supermatriks yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Unweight Suprmariks

		Aspek				Masalah					Alternatif					
		SDM	Fasilitas	Cuaca	Kualitas	M1	M2	M3	M4	M5	A1	A2	A3	A4	A5	A6
Aspek	SDM	0	0	0	0	0,1242	0,4783	0,5663	0,5143	0,1075	0,2913	0,2959	0,0614	0,1609	0,1113	0,0792
	Fasilitas	0	0	0	0	0,3645	0,0989	0,1333	0,1784	0,1075	0,1981	0,4213	0,0328	0,1376	0,1376	0,0726
	Cuaca	0	0	0	0	0,2777	0,2767	0,0935	0,2447	0,2657	0,2307	0,4059	0,0621	0,1377	0,1108	0,0528
	Kualitas	0	0	0	0	0,2336	0,1461	0,2069	0,0626	0,5193	0,2515	0,3606	0,0713	0,1578	0,1196	0,0392
Masalah	M1	0,4548	0,4898	0,4719	0,3841	0	0	0	0	0	0,1908	0,386	0,0487	0,1733	0,1366	0,0646
	M2	0,2455	0,0887	0,062	0,257	0	0	0	0	0	0,133	0,3683	0,0442	0,21	0,1782	0,0663
	M3	0,0526	0,0525	0,0561	0,1271	0	0	0	0	0	0,1144	0,3632	0,0481	0,1968	0,1674	0,1102
	M4	0,1357	0,245	0,2716	0,0436	0	0	0	0	0	0,2221	0,3908	0,0802	0,1019	0,1649	0,0402
	M5	0,1114	0,124	0,1384	0,1882	0	0	0	0	0	0,2695	0,1471	0,0438	0,1974	0,2678	0,0744
Alternatif	A1	0,2913	0,1981	0,2307	0,2515	0,1908	0,133	0,1144	0,2221	0,2695	0	0	0	0	0	0
	A2	0,2959	0,4213	0,4059	0,3606	0,386	0,3683	0,3632	0,3908	0,1471	0	0	0	0	0	0
	A3	0,0614	0,0328	0,0621	0,0713	0,0487	0,0442	0,0481	0,0802	0,0438	0	0	0	0	0	0
	A4	0,1609	0,1376	0,1377	0,1578	0,1733	0,21	0,1968	0,1019	0,1974	0	0	0	0	0	0
	A5	0,1113	0,1376	0,1108	0,1196	0,1366	0,1782	0,1674	0,1649	0,2678	0	0	0	0	0	0
	A6	0,0792	0,0726	0,0528	0,0392	0,0646	0,0663	0,1102	0,0402	0,0744	0	0	0	0	0	0

Setelah unweight supermatriks diperoleh, selanjutnya membuat weight supermatriks dengan cara mengalikannya dengan bobot cluster sesuai dengan yang bersangkutan. Hasil perhitungan weight supermatriks dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Weight Suprmariks

		Aspek				Masalah					Alternatif					
		SDM	Fasilitas	Cuaca	Kualitas	M1	M2	M3	M4	M5	A1	A2	A3	A4	A5	A6
Aspek	SDM	0	0	0	0	0,1035	0,3984	0,4717	0,4284	0,0895	0,2185	0,2219	0,0461	0,1207	0,0835	0,0594
	Fasilitas	0	0	0	0	0,3036	0,0824	0,1110	0,1486	0,0895	0,1486	0,3160	0,0246	0,1032	0,1032	0,0545
	Cuaca	0	0	0	0	0,2313	0,2305	0,0779	0,2038	0,2213	0,1730	0,3044	0,0466	0,1033	0,0831	0,0396

Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk dengan Pendekatan SWOT dan ANP/ Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

		Aspek				Masalah					Alternatif					
		SD M	Fasilitas	Cuaca	Kualitas	M1	M2	M3	M4	M5	A1	A2	A3	A4	A5	A6
	Kualitas	0	0	0	0	0,1946	0,1217	0,1723	0,0521	0,4326	0,1886	0,2705	0,0535	0,1184	0,0897	0,0294
Masalah	M1	0,3411	0,3674	0,3539	0,2881	0	0	0	0	0	0,0477	0,0965	0,0122	0,0433	0,0342	0,0162
	M2	0,1841	0,0665	0,0465	0,1928	0	0	0	0	0	0,0333	0,0921	0,0111	0,0525	0,0446	0,0166
	M3	0,0395	0,0394	0,0421	0,0953	0	0	0	0	0	0,0286	0,0908	0,0120	0,0492	0,0419	0,0276
	M4	0,1018	0,1838	0,2037	0,0327	0	0	0	0	0	0,0555	0,0977	0,0201	0,0255	0,0412	0,0101
	M5	0,0836	0,0930	0,1038	0,1412	0	0	0	0	0	0,0674	0,0368	0,0110	0,0494	0,0670	0,0186
Alternatif	A1	0,0728	0,0495	0,0577	0,0629	0,0319	0,0222	0,0191	0,0371	0,0450	0	0	0	0	0	0
	A2	0,0740	0,1053	0,1015	0,0902	0,0645	0,0615	0,0607	0,0653	0,0246	0	0	0	0	0	0
	A3	0,0154	0,0082	0,0155	0,0178	0,0081	0,0074	0,0080	0,0134	0,0073	0	0	0	0	0	0
	A4	0,0402	0,0344	0,0344	0,0395	0,0289	0,0351	0,0329	0,0170	0,0330	0	0	0	0	0	0
	A5	0,0278	0,0344	0,0277	0,0299	0,0228	0,0298	0,0280	0,0275	0,0447	0	0	0	0	0	0
	A6	0,0198	0,0182	0,0132	0,0098	0,0108	0,0111	0,0184	0,0067	0,0124	0	0	0	0	0	0

Langkah selanjutnya yaitu menghitung limit supermatriks. Langkah yang dilakukan dalam membuat limit supermatriks adalah dengan mengalikan matriks nilai weight supermatriks dengan dirinya sendiri secara terus-menerus hingga tiap baris bernilai sama. Hasil perhitungan limit supermatriks dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Limit Supermatriks

		Aspek				Masalah					Alternatif					
		SDM	Fasilitas	Cuaca	Kualitas	M1	M2	M3	M4	M5	A1	A2	A3	A4	A5	A6
Aspek	SDM	0,110	0,113	0,113	0,112	0,112	0,111	0,110	0,111	0,108	0,107	0,171	0,026	0,074	0,066	0,030
	Fasilitas	0,095	0,098	0,097	0,096	0,097	0,096	0,095	0,096	0,093	0,092	0,147	0,023	0,064	0,057	0,026
	Cuaca	0,102	0,105	0,104	0,103	0,104	0,102	0,102	0,103	0,100	0,099	0,158	0,024	0,069	0,061	0,028
	Kualitas	0,093	0,096	0,096	0,094	0,095	0,094	0,093	0,094	0,091	0,091	0,144	0,022	0,063	0,055	0,026
Masalah	M1	0,145	0,148	0,148	0,146	0,148	0,147	0,146	0,148	0,143	0,142	0,226	0,035	0,098	0,087	0,040
	M2	0,058	0,060	0,060	0,059	0,060	0,059	0,059	0,059	0,058	0,057	0,091	0,014	0,039	0,035	0,016
	M3	0,030	0,031	0,031	0,030	0,031	0,030	0,030	0,031	0,030	0,029	0,047	0,007	0,020	0,018	0,008
	M4	0,062	0,063	0,063	0,063	0,063	0,063	0,062	0,063	0,061	0,061	0,096	0,015	0,042	0,037	0,017
	M5	0,049	0,050	0,050	0,050	0,050	0,050	0,050	0,050	0,049	0,048	0,077	0,012	0,033	0,029	0,014
Alternatif	A1	0,036	0,036	0,036	0,036	0,036	0,036	0,036	0,036	0,035	0,035	0,055	0,009	0,024	0,021	0,010
	A2	0,057	0,058	0,058	0,058	0,058	0,058	0,057	0,058	0,056	0,056	0,089	0,014	0,039	0,034	0,016
	A3	0,009	0,009	0,009	0,009	0,009	0,009	0,009	0,009	0,009	0,009	0,014	0,002	0,006	0,005	0,002
	A4	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,024	0,024	0,039	0,006	0,017	0,015	0,007
	A5	0,022	0,022	0,022	0,022	0,022	0,022	0,022	0,022	0,021	0,021	0,034	0,005	0,015	0,013	0,006
	A6	0,010	0,010	0,010	0,010	0,010	0,010	0,010	0,010	0,010	0,010	0,016	0,002	0,007	0,006	0,003

Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk dengan Pendekatan SWOT dan ANP/ Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2023 Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

Keterangan:

- Alternatif 1 memiliki nilai limit 0,036 dan berada pada peringkat kedua (2)
- Alternatif 2 memiliki nilai limit 0,057 dan berada pada peringkat pertama (1)
- Alternatif 3 memiliki nilai limit 0,009 dan berada pada peringkat terakhir (6)
- Alternatif 4 memiliki nilai limit 0,025 dan berada pada peringkat ketiga (3)
- Alternatif 5 memiliki nilai limit 0,022 dan berada pada peringkat keempat (4)
- Alternatif 6 memiliki nilai limit 0,010 dan berada pada peringkat kelima (5)

Dari hasil diatas dapat diketahui 3 strategi prioritas yang terpilih yaitu:

1. Membuka cabang di lokasi/daerah lain

Jika dilihat dari minat konsumen terhadap kerupuk merah lebih tinggi serta harga yang terjangkau, pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya dengan membuka cabang di lokasi/daerah lain. Selain usaha kerupuk bisa dilakukan di semua daerah, bahan baku pembuatan kerupuk juga mudah didapat. Salah satu lokasi/daerah yang bisa menjadi pilihan untuk UMKM Tiara Kerupuk Merah adalah Kota Langsa, karena sebagian besar produk yang diproduksi oleh UMKM Tiara Kerupuk Merah dikirim ke grosir yang ada di Kota Langsa. Hal ini juga bisa menghemat biaya transportasi yang dikeluarkan.

2. Menjadi pemasok yang unggul bagi industri rumah makan

Menjalin kerja sama antar pengusaha dengan menjadi pemasok pada industri rumah makan merupakan salah keuntungan bagi UMKM Tiara Kerupuk Merah karena dengan menjadi pemasok membuat suatu usaha memiliki pelanggan tetap. Hal ini bisa dilakukan dengan cara dimulai dari menjalin kerja sama dengan industri rumah makan yang ada disekitaran Kota Kuala Simpang.

3. Mengembangkan produk untuk disalurkan ke supermarket

Pengembangan suatu produk juga perlu dilakukan untuk mengembangkan suatu usaha. Pengembangan produk yang dimaksud bisa berupa membuat inovasi baru seperti menambah varian rasa pada kerupuk merah, seperti rasa ikan, udang, dan lain sebagainya. Hal ini juga dilakukan karena mengingat selera konsumen yang berubah-ubah

SIMPULAN

Dari hasil survei lapangan UMKM Tiara Kerupuk Merah mulai berjalan sejak tahun 2020, usaha ini masih tergolong baru dan masih perlu dilakukannya pengembangan. Hasil analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) didapat 6 (enam) alternatif strategi yang bisa dilakukan untuk mengembangkan Usaha Tiara Kerupuk Merah yaitu : (1) Menjadi pemasok unggulan bagi industri rumah makan, (2) Membuka cabang di lokasi/daerah lain, (3) Mengoptimalkan SDM dan fasilitas untuk memenuhi pesanan, (4) Mengembangkan produk untuk disalurkan ke supermarket, (5) Mengembangkan atau menjual produk via online, dan (6) Meningkatkan kualitas untuk menghadapi pesaing baru. Hasil perhitungan dengan menggunakan metode ANP (Analytical Network Process) yaitu alternatif pertama (nilai limit 0,036), alternatif kedua (nilai limit 0,057), alternatif ketiga (nilai limit 0,009), alternatif keempat (nilai limit 0,025), alternatif kelima (nilai limit 0,022), dan alternatif keenam (nilai limit 0,010). Jadi yang menjadi strategi prioritas pertama adalah alternatif kedua yaitu membuka cabang di lokasi/daerah lain, strategi prioritas kedua adalah alternatif pertama yaitu menjadi pemasok unggulan bagi industri rumah makan, dan strategi prioritas ketiga adalah alternatif keempat mengembangkan produk untuk disalurkan ke supermarket.

Pemilihan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk dengan Pendekatan SWOT dan ANP/ Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

Peer reviewed under responsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2023 Antika Yuspita Ningrum, Nurlaila Handayani, Wiky Sabardi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Putranto, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro di Kota Samarinda.," *Ris. Inossa*, vol. 1, hlm. 13–27, 2019.
- [2] P. Meliala, A. Abdillah, dan A. Nabila, "Analisis Penentuan Strategi Pemasaran Produk Menggunakan Metode Analytical Network Process (ANP) Pada Sentra Kerajinan Gerabah UMKM Satria Multi Flora.," *Pros. IENACO*.
- [3] M. Fadli dan E. Yusnita, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tahu Menggunakan Metode SWOT Dan ANP Di UD. Tahu DK 16.," *J. Ind. Manuf. Eng.*, vol. 6, no. 10, hlm. 54–63, 2022.
- [4] M. Jufriyanto, "Strategi Peningkatan Daya Saing dan Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Tuna Hj. Zainah dengan Analytic Network Process.," *Sains Teknol. Dan Ind.*, vol. 17, hlm. 65–72, 2020.
- [5] A. Zalza dan H. Sumarsono, "Strategi Prioritas Dalam Pengembangan Industri Pengolahan Kripik Tempe Sanan di Kota Malang dengan Pendekatan Analytic Network Process (ANP).," *Ekon. Bisnis Dan Pendidik.*, vol. 1, no. 10, hlm. 954–979, 2021.