

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketahanan pangan merupakan kondisi dimana individu atau rumah tangga menerima akses secara fisik ataupun ekonomi untuk mendapatkan pangan bagi seluruh anggota rumah tangga dan tidak berisiko kehilangan keduanya (*Food and Agriculture Organization, 2016*). Fungsi ketahanan pangan sebagai prasyarat untuk terjaminnya akses pangan determinan utama dari inovasi ilmu pengetahuan, teknologi dan tenaga kerja produktif serta fungsi ketahanan pangan sebagai salah satu determinan lingkungan perekonomian yang stabil dan kondusif bagi pembangunan. Dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan tersebut, sektor perikanan merupakan sektor yang sangat penting karena sektor ini menjadi salah satu penyedia pangan utama. Pradiana (2014) menyatakan bahwa tujuan program ketahanan pangan yaitu menjamin hak atas pangan, menjadi basis pembentukan sumberdaya manusia yang berkualitas dan menjadi pilar ketahanan pangan nasional. Salah satu bidang industri yang berperan besar terhadap pembangunan ketahanan pangan nasional adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Menurut Miespundip (2021), jumlah unit usaha di sektor UMKM tercatat menguasai 98% pangsa pasar sektor usaha atau mencapai 56 juta unit usaha dan 70% diantaranya merupakan UMKM pangan. Tercatat mencapai 4,2 juta unit UMKM pangan, yang terdiri dari usaha mikro sebanyak 3.776.843 unit (90,48%), kecil sebanyak 354.884 unit (8,5%), menengah sebanyak 39.125 (0,94%), dan besar sebanyak 3.358 (0,08%). Salah satu diantaranya adalah UMKM industri makanan ringan seperti kerupuk ikan. Kota Rembang merupakan salah satu kota yang berpotensi dalam peningkatan sentra kerupuk ikan. Menurut Al-Musthofa (2021), kerupuk ikan merupakan produk pangan lokal yang menjadi produk khas di Kota Rembang. Berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah (2022), jumlah UMKM di Kota Rembang berjumlah 931 unit, dengan 76 unit UMKM yang memproduksi kerupuk ikan. Salah satu UMKM penghasil kerupuk ikan yaitu Puji Rahayu. Pandemi COVID-19 mengakibatkan UMKM ini mengalami penurunan dari segi penjualan produk secara drastis. Menurut Saputra (2021), sebanyak 87,5% UMKM terdampak pandemi COVID-

19. Dari jumlah ini, sekitar 93,2% diantaranya terdampak negatif di sisi penjualan. Hal itu juga terjadi pada UMKM Kerupuk Ikan Puji Rahayu yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut.



Gambar 1.1 Data penjualan krupuk ikan

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa selama kurun waktu dua tahun terakhir UMKM kerupuk ikan Puji Rahayu mengalami terjadinya penurunan jumlah penjualan hingga 24%. Penurunan tersebut dipengaruhi oleh cara pemasaran yang masih sederhana yaitu *mendisplaykan* produk di etalase kios. Cara pemasaran yang baik mempengaruhi banyak sedikitnya konsumen yang membeli produk dari UMKM Kerupuk Ikan Puji Rahayu. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan dan penentuan strategi pengembangan yang terus menerus. Target perbaikan dan strategi pengembangan tersebut dapat terwujud dengan adanya analisis strategi perbaikan dan pengembangan yang tepat di UMKM Kerupuk Ikan Puji Rahayu. Penentuan strategi tersebut memiliki peranan penting bagi pelaku usaha, karena dengan penerapan strategi yang tepat dapat menciptakan dan meningkatkan daya saing. Menurut Walter and Michael (2017), daya saing merupakan sebuah konstruksi relatif dan multidimensi yang merupakan penggabungan sumber daya dan kemampuan unik yang dimiliki oleh sebuah perusahaan kemudian dapat bersaing dengan perusahaan lainnya serta memperluas kemampuannya untuk mempertahankan dan memperbaiki posisi pasarnya. Penentuan strategi pengembangan dan pemasaran menggunakan metode *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) merupakan instrumen yang

ampuh dalam melakukan pemilihan strategi. Karena analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan peluang (Astuti, 2020).

Strategi pengembangan yang dilakukan oleh UMKM di Kota Bandung dengan menggunakan metode *Analytical Network Process* (ANP) dalam menghadapi era digital, Utama (2019) menyatakan bahwa untuk industri kuliner, *fashion*, serta *tour* memberikan nilai tambah dan diferensiasi pada produk dan layanan yang diberikan serta penerapan teknologi melalui website dan media sosial, sedangkan dalam sisi harga, menerapkan harga yang kompetitif. Penentuan strategi pengembangan dan pemasaran dengan metode ANP memiliki keterbatasan dalam penentuan banyaknya kriteria dan keakuratan perbandingan berpasangan hanya tergantung pada penelitian *expertise*, sehingga memungkinkan hasil yang tidak valid.

Sedangkan penentuan strategi dan pemasaran dengan banyaknya kriteria dapat diselesaikan menggunakan metode ANP dilanjutkan dengan pemilihan kriteria melalui metode *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) sebagai strategi terbaik (Diniaty, 2019). Pada penentuan strategi dengan banyaknya kriteria dapat diselesaikan dengan metode *Analytical Hierarchy Proses* (AHP) Jadiaman (2019) yang menyatakan bahwa AHP adalah sebuah konsep untuk pembuatan keputusan berbasis multikriteria. Beberapa kriteria yang dibandingkan satu dengan lainnya adalah penekanan utama pada konsep AHP. Secara umum, dengan menggunakan AHP, prioritas yang dihasilkan akan bersifat konsisten dengan teori, logis, transparan, dan partisipatif. Adanya kesimpulan dari metode yang telah digunakan oleh peneliti terdahulu diatas yaitu metode SWOT, ANP, AHP, dan TOPSIS, maka peneliti mengusulkan pembuatan sistem untuk membantu memilih keputusan strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan SWOT sebagai instrumen pemilihan strategi yang tepat dan AHP sebagai teori pembobotan dari setiap faktor dan kriteria nyata yang di hasilkan dari analisis SWOT. Karena metode AHP memiliki struktur yang hierarki, maksudnya kriteria yang akan dipilih itu sampai subkriteria dalam. Selain itu karena sintesis yaitu mengarah pada perkiraan keseluruhan mengenai seberapa diinginkannya masing-masing alternatif. Hasil pembobotan dengan

menggunakan metode AHP tersebut selanjutnya diolah dengan metode TOPSIS yang merupakan metode hasil terbaik. Hal ini dikarenakan TOPSIS memiliki konsep dimana alternatif yang terpilih merupakan alternatif terbaik dengan jarak terpendek dari solusi ideal positif dan jarak terjauh dari solusi ideal negatif (Zakiyah *et al.*, 2019).

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini didasarkan pada latar belakang yakni:

1. Bagaimana alternatif strategi yang tepat dalam pengembangan usaha UMKM Puji Rahayu pasca pandemi Covid-19?
2. Bagaimana prioritas strategi pengembangan usaha yang tepat pada UMKM Puji Rahayu pasca pandemi Covid-19?

1.1 Batasan Masalah

Permasalahan pada topik dalam penelitian akan dibatasi oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Studi kasus ini di UMKM kerupuk ikan Puji Rahayu.
2. Metode yang digunakan *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT), *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS).
3. Penelitian ini tidak membahas mengenai biaya.
4. Pengambilan data di UMKM Kerupuk Ikan Puji Rahayu direntang tahun 2017-2022
5. Penelitian hanya sampai pada tahap menentukan prioritas strategi pengembangan terbaik dan tidak sampai dilakukan penerapan strategi pada UMKM Kerupuk Ikan Puji Rahayu.

1.2 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan alternatif strategi yang tepat dalam pengembangan usaha di UMKM Puji Rahayu pasca pandemi Covid-19.
2. Menentukan prioritas strategi pengembangan usaha yang tepat pada UMKM Puji Rahayu pasca pandemi Covid-19.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika dalam penulisan skripsi yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penulisan, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang penguraian teori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Kerupuk, Perencanaan Strategi, Strategi, Pengembangan Strategi, *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT), *Analythiacal Hierarchy Process* (AHP), dan *Technique for Order Prefrence by Similarity to an Ideal Solution* (TOPSIS).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang *flowchart* penelitian dan penjelasannya

BAB IV PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan Profil Perusahaan, Identifikasi Matriks IFE, Identifikasi Matriks EFE, Matriks SWOT, Identifikasi Alternatif Strategi Pengembangan Usaha dengan AHP, Analisa Prioritas Alternatif Strategi Penguat untuk Pengembangan Usaha UMKM Puji Rahayu dengan TOPSIS, dan Implikasi Manajerial.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang dihasilkan oleh dari analisis data.