

Strategi Peningkatan Daya Saing dan Pengembangan Usaha Kerupuk Ikan Tuna Hj. Zainah dengan *Analytic Network Process*

Moh. Jufriyanto¹

¹ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik
Jl. Sumatera No 101 Gresik Kota Baru, Gresik, Jawa Timur
Email: jufriyanto@umg.ac.id

ABSTRAK

Usaha kerupuk ikan tuna merupakan salah satu industri kecil dari UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tentang kerupuk yang didirikan oleh Hj. Zainah. Industri ini masih berskala rumah tangga dan kecil. Usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah masih tergolong baru dan masih dalam proses pengembangan. Permasalahan yang ada meliputi muncul usaha kerupuk yang sudah mapan dan berkembang pesat. Selain itu terdapat juga usaha kerupuk yang sejenis namun dengan harga yang lebih murah. Permasalahan tersebut menimbulkan persaingan diantara sesama usaha kerupuk. Setiap usaha kerupuk akan terus berinovasi dan mengeluarkan keunggulan dari masing-masing produknya. Hal ini membuat suatu usaha memerlukan strategi untuk bisa berdaya saing dan melakukan proses pengembangan usaha. Pada penelitian ini bertujuan menentukan strategi dalam peningkatan daya saing dan pengembangan usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah. Metode yang digunakan adalah *Analytic Network Process*. Metode *Analytic Network Process* digunakan untuk mencari strategi yang menjadi prioritas dalam peningkatan daya saing dan pengembangan usaha. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat tiga strategi terbaik yang dapat digunakan oleh Usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah yaitu efisiensi biaya, membangun kerja sama (mitra) dengan pemerintah, dan pelaksanaan promosi (*offline* dan *online*) mengenai produk.

Kata Kunci: Usaha Kerupuk Ikan Tuna, Daya Saing, Pengembangan usaha, *Analytic Network Process*, UMKM, Strategi.

ABSTRACT

The Business of tuna crackers is one of the small industry of SMES (micro Small and medium enterprises) about the crackers established by Hj. Zainah. The industry is still household-and small-scale. The business of tuna crackers Hj. Zainah is still relatively new and still in the development process. The problem is that it includes a well-established and rapidly growing crackers. In addition there is also a similar cracker business but with a cheaper price. The problem raises competition among fellow crackers. Each cracker business will continue to innovate and bring out the excellence of each product. This makes it an effort to require a strategy to be competitive and to perform the process of business development. In this research aims to determine the strategy in improving the competitiveness and business development of tuna crackers Hj. Zainah. Zainah. The method used is the Analytic Network Process. The method of Analytic Network Process is used to seek a strategy that is a priority in improving competitiveness and business development. The results of the research can be noted that there are three best strategies that can be used by business of tuna crackers Hj. Zainah that is cost efficiency, building cooperation (partners) with the Government, and the implementation of promotion (offline and online) about the product.

Keywords: *The business of Tuna crackers, competitiveness, business development, Analytic Network Process, SMES, strategy*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan suatu kegiatan ekonomi yang memproduksi barang atau jasa untuk dilakukan perdagangan secara komersil. Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai potensi sangat besar untuk kemajuan perekonomian Indonesia dan UMKM telah banyak tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Delmayuni et al., 2017).

Walaupun jumlah pekerja, asset serta omset dalam ukuran kecil, namun jumlah UMKM cukup banyak dan mampu menunjang dan mempengaruhi perekonomian. Keberadaan dana peranaan UKMM terhadap perekonomian adalah hal yang signifikandan strategis untuk mendukung sektor riil (Putranto et al., 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran strategis dengan memberikan kontribusi yang sangat besar untuk pembangunan perekonomian

Negara maupun daerah, kontribusi tersebut meliputi penyerapan tenaga kerja dan penghasil barang atau jasa yang terjangkau (Cahyono & Kunhadi, 2020).

Pada proses pengembangan usaha terdapat beberapa kendala baik secara internal maupun eksternal. Kendala tersebut meliputi keterbatasan modal, kemampuan teknik produksi, manajemen terbatas, sumber daya manusia yang rendah, kesulitan pemasaran karena kurang informasi serta proses perizinan yang cukup panjang (Putranto et al., 2019).

Pada pelaku usaha UMKM harus membuat persiapan yang matang dan membutuhkan strategi agar mampu berdaya saing dengan UMKM yang sejenis (Delmayuni et al., 2017).

Faktor-faktor yang mempengaruhi suatu Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mendukung daya saing yaitu modal, sumber daya manusia, pemasaran produk, dan dukungan pemerintah. Faktor-faktor tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap daya saing UMKM (Winarti et al., 2019).

Selain daya saing, juga diperlukan pengembangan usaha. Strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan usaha meliputi memperbanyak jaringan, memperbanyak varian produk, kualitas produk yang tinggi, promosi melalui media social, pengelolaan tenaga kerja bagian marketing untuk pemasaran produk (Abdiputra, 2019).

Pengembangan usaha juga dapat dilakukan dengan strategi yaitu peningkatan kualitas produk dengan memanfaatkan perkembangan teknologi., selain itu juga peningkatan volume penjualan, peningkatan kualitas SDM, manajemen produksi yang baik, efisiensi pemasaran, menjadlin hubungan kemitraan strategi, promosi serta peningkatan jejaring permodalan (Monique & Suswati, 2019).

Peningkatan daya saing dapat dilakukan dengan beberapa strategui yaitu mengembangkan sistem dan bisnis dari usaha secara berkelanjutan, membangun sistem bisnis yang kompetitif dan sinergis dengan penggunaan teknologi yang efisiensi, kelembagaan dan kemitraan serta kebijakan pemerintah (Ridloudin et al., 2019).

Usaha kerupuk merupakan salah satu usaha UMKM yang telah banyak dilakukan dan banyak tersebar di beberapa wilayah di Indonesia. Konsumsi kerupuk sudah banyak digemari oleh seluruh masyarakat Indonesia. Rata-rata konsumsi kerupuk Indonesia mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2018):

Tabel 1. Rata-rata konsumsi komoditas pangan (kerupuk)

Jenis Makanan	Satuan	Tahun		Rata-rata Pertumbuhan
		2014	2015	
Kerupuk	Ons	2014	0,094	25,06
		2015	0,093	
		2016	0,099	
		2017	0,192	
		2018	0,193	

Potensi usaha kerupuk sangatlah tinggi melihat dari semakin meningkatnya konsumsi konsumen terhadap kerupuk. Selain itu, berdasarkan data konsumsi konsumen tentang kerupuk maka akan bermunculan industri kecil baru yaitu usaha kerupuk. Munculnya usaha tersebut akan menimbulkan persaingan diantara para pelaku usaha kerupuk. Para pelaku usaha akan terus berusaha melakukan strategi sebaik mungkin agar mampu bersaing dengan usaha yang sejenis.

Strategi yang dapat dilakukan dalam peningkatan daya saing dan juga pengembangan usaha keupruk dapat dilakukan dengan peningkatan keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja, peningkatan akses permodalan dan peningkatan untuk akses pemasaran (Mustaniroh et al., 2016).

Strategi dalam pengembangan usaha kerupuk bisa dilakukan dengan peningkatan mutu, inovasi bentuk dan jumlah kerupuk. Hal ini merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan usaha tersebut (Prasetyo et al., 2016).

Usaha kerupuk ikan tuna merupakan salah satu industri kecil tentang kerupuk yang didirikan oleh ibu Hj. Zainah. Industri ini masih berskala rumah tangga dan kecil. Kerupuk ikan tuna merupakan perpaduan antara varian bahan dalam pembuatan kerupuk dan dicampur dengan ikan tuna. Usaha kerupuk ikan tuna dilakukan karena didasarkan ide dari ibu Hj. Zainah untuk menggeluti dunia bisnis serta ingin menciptakan inovasi baru tentang kerupuk dengan varian rasa ikan.

Usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah masih tergolong baru dan masih dalam proses pengembangan. Pada permasalahan yang ada telah banyak muncul usaha kerupuk yang sudah mapan dan berkembang pesat. Selain itu terdapat juga usaha kerupuk yang sejenis namun dengan harga yang lebih murah.

Permasalahan tersebut menimbulkan persaingan diantara sesama usaha kerupuk. Setiap usaha kerupuk akan terus berinovasi dan mengeluarkan keunggulan dari masing-masing produknya. Selain itu, kualitas produk akan menjadi ciri khas dari masing-masing produk pada setiap usaha kerupuk tersebut. Hal ini membuat suatu usaha bisa berdaya saing dan melakukan proses pengembangan usaha.

Dalam peningkatan daya saing dan pengembangan usaha tersebut, maka dilakukan perumusan strategi-strategi yang akan menjadi faktor dalam peningkatan daya saing usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah. Dari penentuan strategi tersebut maka akan muncul strategi yang menjadi

prioritas yang akan dilakukan oleh usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah sebagai usaha berkelanjutan dari usaha tersebut dan sebagai peningkatan keunggulan secara kompetitif dari usaha tersebut.

Pada penelitian ini menggunakan metode *Analytic Network Process* (ANP). *Analytic Network Process* adalah suatu pendekatan kualitatif non parametrik dan bayesian untuk proses pengambilan keputusan dengan kerangka kerja umum tanpa adanya asumsi (Syafei et al., 2016). *Analytic Network Process* merupakan pengembangan dari metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Metode ANP memiliki kelebihan dibandingkan AHP, dimana metode ANP mampu melakukan keterkaitan antar kriteria dan juga alternatif (Syafei et al., 2016).

Metode Penelitian

Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah yang dikelola secara keluarga.

Jumlah Responden

Dalam metode ANP, jumlah responden tidak penting, yang paling penting adalah responden yang dipilih merupakan orang yang menguasai dan kompeten di bidangnya. Responden yang digunakan sebanyak 1 responden yaitu pemilik Usaha Kerupuk Ikan Tuna Hj. Zainah.

Alat Penelitian

Alat penelitian yang digunakan meliputi : Ms. Excel, Kuesioner dan software Super decision.

Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini yaitu penentuan indikator yang akan digunakan dalam membentuk kerangka dari *Analytic Network Process*. Dalam mengidentifikasi indikator tersebut dilakukan secara *interview* langsung dengan pemilik usaha.

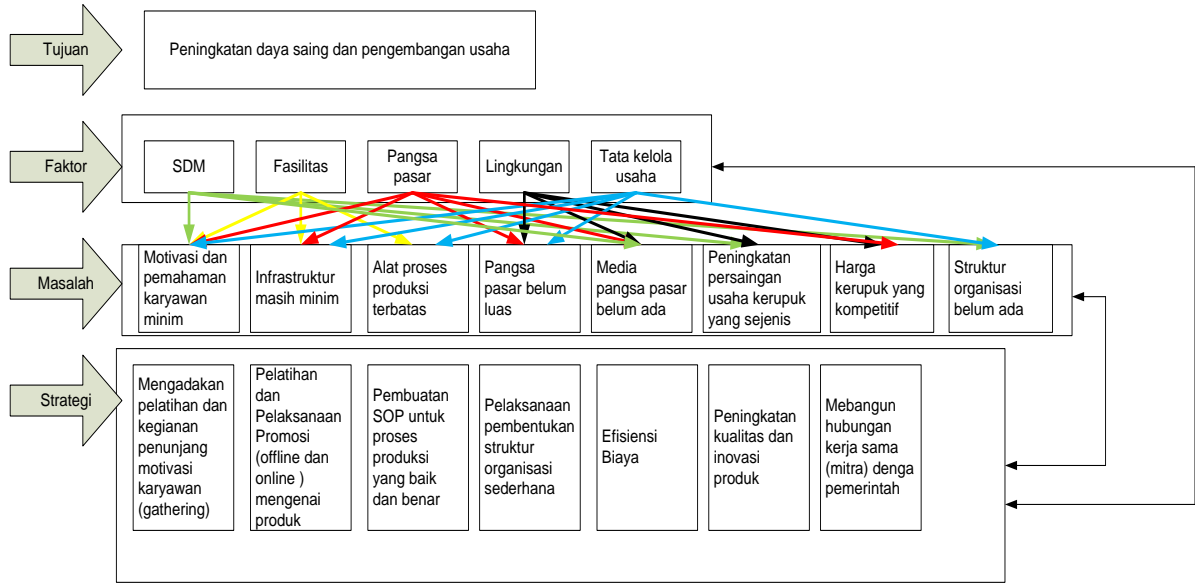
Pada tabel 2, menjelaskan indikator daya saing dan pengembangan usaha pada usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah, yang merupakan hasil dari wawancara dan pengamatan di tempat usaha. Adapun hasilnya sebagai berikut :

Tabel 2. Indikator daya saing dan pengembangan usaha.

Indikator	Atribut
Tujuan	Peningkatan daya saing dan pengembangan usaha
Faktor	<ul style="list-style-type: none"> - SDM - Fasilitas - Pangsa pasar - Lingkungan - Tata kelola usaha
Masalah	<ul style="list-style-type: none"> - Motivasi dan pemahaman karyawan rendah (minim). - Infrastruktur masih minim - Alat produksi terbatas - Pangsa pasar belum luas - Media pangsa pasar belum ada - Peningkatan persaingan usaha kerupuk yang sejenis - Harga kerupuk yang kompetitif - Struktur organisasi belum ada
Strategi (alternatif)	<ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan pelatihan dan kegiatan penunjang karyawan - Pelatihan dan pelaksanaan promosi (offline dan online) mengenai produk - Pembuatan SOP proses produksi yang baik dan benar - Pelaksanaan pembentukan struktur organisasi sederhana - Efisiensi biaya - Peningkatan kualitas dan inovasi produk - Membangun hubungan kerja sama (mitra) dengan pemerintah

Kerangka Desain ANP

Kerangka desain *Analytic network process* yang digunakan berdasarkan identifikasi dari pengumpulan data meliputi tujuan, faktor, masalah dan strategi (alternatif). Berikut merupakan kerangka Desain ANP yang digunakan dalam penelitian :



Gambar 1. Kerangka desain ANP.

Tahapan penyelesaian dengan analytic network process

Berikut merupakan tahapan penyelesaian dengan menggunakan metode *analytic network process* sebagai berikut (Olanta et al., 2019) :

- Tahap 1 : pembuatan konstruksi model dan strukturisasi masalah. Konstruksi model dibuat berdasarkan masalah yang ada, sehingga perlu dilakukan suatu deskripsi masalah secara jelas, kemudian membentuknya ke dalam jaringan.
- Tahap 2 : Melakukan penilaian pembobotan pada perbandingan berpasangan (matrik berpasangan). Matriks perbandingan berpasangan menunjukkan keterkaitan. Perbandingan berpasangan pada ANP dilakukan dengan membandingkan tingkat kepentingan setiap elemen terhadap kriteria kontrolnya. Adapun tabel penilaian (skala) yang digunakan menurut Saaty yaitu :

Tabel 2. Pedoman pemberian nilai pada perbandingan berpasangan

Tingkat kepentingan	Definisi	Keterangan
1	Sama penting	Kedua kriteria memiliki pengaruh yang sama
3	Sedikit lebih penting	Penilaian sedikit lebih memihak pada salah satu kriteria dibanding pasangannya
5	Lebih Penting	Penilaian sangat memihak pada salah satu kriteria dibanding pasangannya
7	Sangat	Salah satu kriteria

	Penting	sangat berpengaruh dan dominasinya tampak secara nyata
9	Mutlak sangat penting	Salah satu kriteria terbukti mutlak lebih disukai dibandingkan dengan pasangannya
2,4,6,8	Nilai Tengah	Jika terdapat keraguan diantara kedua penilaian yang berdekatan

- Tahap 3 : perhitungan bobot elemen (nilai *eigenvector*). Setelah melakukan penilaian matriks perbandingan berpasangan, maka tahapan selanjutnya menentukan nilai *eigen* dari matriks tersebut. Perhitungan *eigenvector* dengan cara menjumlahkan nilai setiap kolom dari matriks kemudian membagi setiap nilai sel kolom dengan total kolom dan menjumlahkan nilai-nilai dari setiap baris dan dibagi n. Nilai *eigenvector* dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$X_i = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\frac{w_{ij}}{\sum w_j} \right)}{n} \quad (1)$$

Keterangan :

- X_i : eigen vector baris i
- i, j : bari, kolom
- W_{ij} : nilai satu baris i (i = 1,2,...n)
- $\sum W_j$: jumlah total kolom j (j = 1,2,...n)
- n : ukuran ordo matriks

- Tahap 4 : perhitungan nilai rasio konsistensi. Rasio konsistensi yaitu rasio yang menyatakan apakah penilaian yang diberikan oleh para *expertise* sudah

konsisten atau belum. Tahapan awala mencari nilai λ_{max} dengan rumus :

$$\lambda_{max} = \sum_{i,j}^n (W_j \times X_i) \quad (2)$$

Keterangan :

W_j : jumlah total kolom j (j = 1,2,...n)

X_i : eigenvector (bobot) baris i

Tahap selanjutnya melakukan perhitungan nilai indeks konsistensi dari suatu matriks perbandingan dengan rumus :

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1} \quad (3)$$

Tahap selanjutnya perhitungan rasio konsistensi. Nilai tersebut diperoleh dengan membandingkan nilai indeks konsistensi dengan nilai dari bilangan indeks konsistensi acak (*Random consistency index/RI*). Rumus sebagai berikut :

$$CR = CI/RI \quad (4)$$

Keterangan :

λ_{max} : Nilai eigen terbesar dari matriks perbandingan berpasangan n x n

n : Jumlah item yang diperbandingkan (ukuran matriks)

CI : Indeks konsistensi

RI : *Random Index*

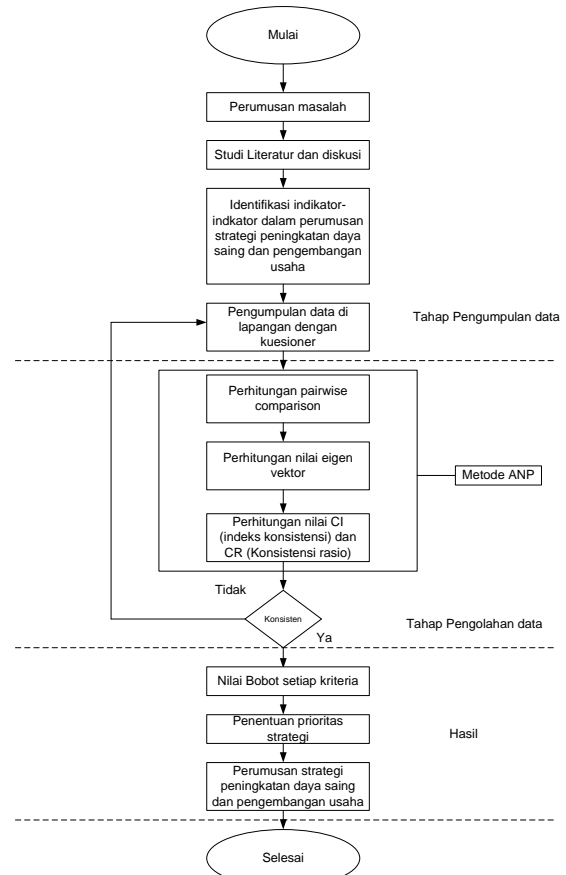
- e. Tahap 5 : pembentukan super matriks.. Supermatriks adalah matriks yang terdiri dari sub-sub matriks tersusun dari suatu set hubungan antara dua level yang terdapat dalam model. Terdapat tiga tahap supermatriks yang harus diselesaikan pada model ANP, yaitu:

- *Unweighted supermatrix* merupakan setiap kolom berisi *eigenvector* yang berjumlah satu pada setiap klusternya.
- *Weighted supermatrix* merupakan pengalihan seluruh nilai *eigenvector* dalam *unweighted supermatrix* dengan bobot masing-masing *cluster*.
- *Limit supermatrix* merupakan bobot prioritas global dalam *weighted supermatrix*. *limiting supermatrix* merupakan hasil dari perkalian matriks nilai *weighted supermatrix* dengan dirinya sendiri hingga tiap baris bernilai sama.

- f. Tahap 6 : pemilihan alternatif terbaik. Pemilihan ini dapat dilihat pada penentuan prioritas dan sintesis. Prioritas merupakan bobot dari semua elemen dan komponen. sintesis merupakan bobot dari alternatif

Flowchart Penelitian :

Berikut merupakan gambaran penjelasan alur penelitian :

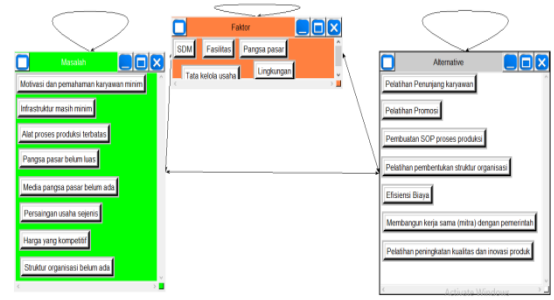


Gambar 2. Flowchart penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Desain Analytic Network Process

Berikut merupakan desain *analytic network process* pada *software superdecision* :



Gambar 3. Desain ANP pada *superdecision*

Cluster matrix

Berikut merupakan hasil penilaian *cluster matrix* dari *software superdecision* :

Tabel 3. *Cluster matrix*

Kluster	Alternatif /strategi	Faktor	Masalah
Alternatif /strategi	0,1	0,7	0,14
Faktor	0,46	0,106	0,73
Masalah	0,43	0,192	0,116

Dari tabel 3, dapat dijelaskan bahwa berdasarkan penilaian matriks berpasangan antar kluster maka diperoleh yaitu pada kluster strategi sebagai kontrol, maka berpengaruh besar pada kluster faktor dengan nilai sebesar 0,46. Pada kluster faktor sebagai kontrol maka berpengaruh besar pada kluster strategi dengan nilai sebesar 0,7. Pengaruh tersebut menimbulkan kebijakan dalam penerapan strategi. Pada kluster masalah sebagai kontrol, maka berpengaruh besar pada kluster faktor dengan nilai sebesar 0,73. Hal ini jika muncul masalah maka memberikan gambaran pada faktor munculnya masalah tersebut.

Limit supermatrix

Berikut merupakan *limit supermatrix* dari kriteria dari masing-masing kluster dari *software superdecision* :

Tabel 4. Hasil *limit supermatrix*

Kluster	Kriteria (node)	Nilai bobot
Faktor	Fasilitas	0,126
	Lingkungan	0,044
	Pangsa pasar	0,064
	SDM	0,067
	Tata kelola usaha	0,090
Masalah	Motivasi dan pemahaman karyawan rendah (minim).	0,048
	Infrastruktur masih minim	0,024
	Alat produksi terbatas	0,054
	Pangsa pasar belum luas	0,020
	Media pangsa pasar belum ada	0,041
	Peningkatan persaingan usaha kerupuk yang sejenis	0,015
	Harga kerupuk yang kompetitif	0,013
	Struktur organisasi belum ada	0,038
	Mengadakan pelatihan dan kegiatan penunjang karyawan	0,022
Strategi (alternatif)	Pelatihan dan pelaksanaan promosi (offline dan online) mengenai produk	0,039
	Pembuatan SOP proses produksi yang baik dan benar	0,037
	Pelaksanaan pembentukan struktur organisasi	0,022

	seederhana	
	Efisiensi biaya	0,132
	Peningkatan kualitas dan inovasi produk	0,037
	Membangun hubungan kerja sama (mitra) dengan pemerintah	0,057

Dari tabel 4, berdasarkan hasil perhitungan *limit supermatrix* maka dapat diambil kesimpulan secara global dari nilai bobot, maka prioritas yang dapat diambil dari kriteria yaitu pada kriteria efisiensi biaya pada kluster strategi dengan nilai bobot sebesar 0,132. Prioritas kedua ada pada kriteria fasilitas pada kluster faktor dengan nilai sebesar 0,126.

Prioritas kluster faktor

Berikut merupakan penentuan dari prioritas kluster faktor berdasarkan penilaian *normalized by cluster* dari *software superdecision* :

Tabel 5. Prioritas kluster faktor

Kluster	Kriteria	Normalized by cluster
Faktor	Fasilitas	0,321
	Lingkungan	0,113
	Pangsa pasar	0,163
	SDM	0,171
	Tata kelola usaha	0,229

Dari tabel 5, dapat dijelaskan bahwa prioritas kluster faktor yaitu prioritas pertama pada kriteria fasilitas sebesar 0,321, prioritas kedua pada kriteria tata kelola usaha sebesar 0,229. Prioritas ketiga pada kriteria SDM dengan nilai sebesar 0,171.

Prioritas kluster Masalah

Berikut merupakan penentuan dari prioritas kluster masalah berdasarkan penilaian *normalized by cluster* dari *software superdecision* :

Tabel 6. Prioritas kluster masalah

Kluster	Kriteria	Normalized by cluster
Masalah	Motivasi dan pemahaman karyawan rendah (minim).	0,162
	Infrastruktur masih minim	0,211
	Alat produksi terbatas	0,189
	Pangsa pasar belum luas	0,061
	Media pangsa pasar belum ada	0,078
	Peningkatan persaingan usaha kerupuk yang sejenis	0,053
	Harga kerupuk yang kompetitif	0,095
	Struktur	0,148

	organisasi belum ada	
--	----------------------	--

Dari tabel 6, dapat dijelaskan bahwa prioritas kluster masalah yaitu prioritas pertama pada kriteria infrastruktur masih minim sebesar 0,211, prioritas kedua pada kriteria alat produksi terbatas sebesar 0,189. Prioritas ketiga pada kriteria motivasi dan pemahaman karyawan masih rendah (minim) dengan nilai sebesar 0,162.

Prioritas kluster Strategi

Berikut merupakan penentuan prioritas dari kluster strategi dari software *superdecision* :

Tabel 7. Prioritas kluster strategi

Kluster	Kriteria	Normalized by cluster
Strategi (alternatif)	Mengadakan pelatihan dan kegiatan penunjang karyawan	0,063
	Pelatihan dan pelaksanaan promosi (offline dan online) mengenai produk	0,113
	Pembuatan SOP proses produksi yang baik dan benar	0,107
	Pelaksanaan pembentukan struktur organisasi sederhana	0,063
	Efisiensi biaya	0,380
	Peningkatan kualitas dan inovasi produk	0,106
	Membangun hubungan kerja sama (mitra) dengan pemerintah	0,164

Dari tabel 7, dapat dijelaskan bahwa prioritas kluster strategi yaitu prioritas pertama pada kriteria efisiensi biaya sebesar 0,380, prioritas kedua pada kriteria membangun hubungan kerja sama (mitra) dengan pemerintah sebesar 0,164. Prioritas ketiga pada kriteria pelatihan pelaksanaan promosi (*offline* dan *online*) mengenai produk dengan nilai sebesar 0,113.

Hasil sintesis kluster alternatif atau strategi

Berikut merupakan sintesis dari kluster strategi atau alternatif berdasarkan hasil *software superdecision* :

Tabel 8. Hasil sintesis kluster alternatif atau strategi

Kriteria	Ideals	Peringkat
Efisiensi Biaya	1	1

Pelaksanaan pembentukan struktur organisasi sederhana	0,432	2
Pelatihan pembentukan struktur organisasi	0,167	7
Pelatihan peningkatan kualitas dan inovasi produk	0,281	5
Mengadakan pelatihan dan kegiatan penunjang karyawan	0,168	6
Pelatihan dan pelaksanaan promosi (offline dan online) mengenai produk	0,299	3
Pembuatan SOP proses produksi yang baik dan benar	0,284	4

Dari tabel 8, dapat dijelaskan dengan penilaian secara ideal sebagai penentuan dari pemilihan strategi atau alternatif terbaik maka dapat diketahui peringkat 3 besar meliputi peringkat 1 adalah efisiensi biaya dengan nilai ideal yaitu 1, peringkat 2 adalah membangun kerja sama (mitra) dengan pemerintah dengan nilai ideal yaitu 0,432, peringkat 3 yaitu pelatihan pelaksanaan promosi (*offline* dan *online*) mengenai produk dengan nilai ideal yaitu 0,299.

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian yaitu berdasarkan hasil pengolahan dari *analytic network process* maka diperoleh strategi yang dapat digunakan oleh usaha kerupuk ikan tuna Hj. Zainah dalam peningkatan daya saing dan pengembangan usaha yaitu melakukan efisiensi biaya. Efisiensi biaya dilakukan karena tergolong usaha yang baru sehingga keuangan terbatas. Strategi kedua yaitu membangun kerja sama (mitra) dengan pemerintah. Kerja sama ini dapat dilakukan dengan dinas terkait seperti kelompok usaha atau mengikuti program kerja pembinaan, kerja sama ini juga dapat digunakan sebagai bentuk peningkatan permodalan dalam keuangan usaha serta keberlanjutan dari usaha. Strategi ketiga yaitu pelaksanaan promosi (*offline* dan *online*) mengenai produk. Pelatihan promosi ini untuk bertujuan untuk peningkatan minat membeli konsumen dan melatih tenaga kerja sebagai proses pemasaran akan produk kerupuk ikan tuna. Penelitian selanjutnya dapat memunculkan strategi baru dengan kombinasi metode lain, selain itu juga dapat perhitungan keuangan (*financial*) untuk perkembangan pemasaran dan peningkatan fasilitas usaha.

Daftar Pustaka

- Abdiputra, Y. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Bidang Bakery. *SemNas Teknik UMAHA*, 1, 131–136.
- Cahyono, W. E., & Kunhadi, D. (2020). Strategi Pengembangan UKM Gethuk Pisang Guna Melestarikan Makanan Tradisional. *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 4(1), 10.
- Delmayuni, Hubies, M., & Eko, R. C. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pangan Di Palembang. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 11(N01), 97–122.
- Monique, E. P., & Suswati, N. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tahu Teguh Pribadi Di Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 133–143.
- Mustaniroh, A. S., Amalia, F., Effendi, M., & Effendi, U. (2016). Strategi Pengembangan Kluster Keripik Apel dengan K-means Clustering dan Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(2), 67–74.
- Olanta, A. J., Sianto, M. E., & Gunawan, I. (2019). Perbandingan Metode ANP Dan AHP Dalam Pemilihan Jasa Kurir Logistik Oleh Penjual Gadget Online. *Widya Teknik*, 18(2), 96–101.
- Prasetyo, A. E., Wicaksono, A. I., & Windani, I. (2016). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Kerupuk Ketela Di Kecamatan Kemiri Kabupaten Purworejo. *SURYA AGRITAMA*, 5(September), 43–51.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2018). Statistik Konsumsi Pangan Tahun 2018. In *Kementerian Pertanian* (pp. 1–127).
- Putranto, F. F., Fitriani, Z., Nugroho, B. A., Santi, E. N., Budiman, P. W., & Purnomo, A. H. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI KOTA SAMARINDA. *Riset Inossa*, 1(1), 13–27.
- Ridloudin, A., Raharja, S., & Suryahadi. (2019). Strategi Peningkatan Daya Saing Ikan Bandeng Olahan Di Kota Serang Banten. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 14(1), 76–82.
- Syafei, W. A., Kusnadi, K., & Surarso, B. (2016). Implementasi Metode Analytic Network Process Untuk Penentuan Prioritas Penanganan Jalan Berdasarkan Tingkat Pelayanan Jalan. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 6(2), 105.
- Winarti, E., Purnomo, D., & Akhmad, J. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta Timur. *Lentera Bisnis*, 8(2), 38–48.