

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UKM Kriuk merupakan UKM yang memproduksi keripik dan kerupuk, salah satunya kerupuk kulit atau yang biasa disebut kerupuk rambak. Kerupuk rambak di UKM Kriuk ini mengalami permasalahan dalam persaingan di dunia pasar. Mengingat tidak semua kalangan menyukai produk ini sebab produk yang memiliki ketahanan yang singkat, jika dibandingkan dengan produk UKM Kriuk yang lain kerupuk rambak ini adalah produk yang masih kalah dalam segi penjualan atau persaingannya apalagi juga masih kurang dalam hal promosi. UKM Kriuk hanya mempromosikan produknya secara langsung kepada konsumen (*face to face*) dan melalui *WhatsApp story* dimana jika melalui *WhatsApp story* peminatnya terbatas. Sebagai UKM yang memproduksi barang untuk dikonsumsi tentunya butuh strategi yang tepat bagaimana supaya produk tersebut laku di setiap harinya. Strategi alternatif dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM menjadi pilihan untuk menyelesaikan permasalahan ini.

Kerupuk rambak dengan merk dagang “Camilan Kriuk” ini memiliki umur simpan yang tidak terlalu lama karena produk yang mudah melempem, mengingat yang dijual adalah kerupuk rambak matang. Produk yang di pasarkan adalah produk per-bal dengan isi 20 pcs. Terjadinya produk melempem tersebut karena adanya pengemasan yang kurang rapat, dan adanya kemasan rusak yang tidak disadari juga bisa disebabkan oleh kemasan yang tipis dari biasanya. Kemasan plastik yang digunakan oleh UKM Kriuk tidak menentu ketebalannya, jika menggunakan kemasan plastik yang tebal produk bisa bertahan kurang lebih hingga tiga minggu, namun jika menggunakan plastik yang tipis dari biasanya produk hanya bisa bertahan sekitar dua minggu. Hal tersebut tentunya dapat berpengaruh terhadap daya saing yang ada di pasaran, karena sebagai konsumen tentunya akan memilih produk yang masih bagus termasuk ketahanan dari produk tersebut, sehingga banyak produk diluar yang lebih dipertimbangkan oleh konsumen, juga kemasan yang dimiliki oleh UKM Kriuk merupakan kemasan polos tanpa desain dengan label yang kurang lengkap. Label yang dimiliki UKM Kriuk saat ini hanya memuat nama produk, logo halal, tempat produksi, dan gambar tambahan. Maka perlu adanya peningkatan daya saing melalui pengembangan usaha suatu produk, mengingat terdapat dua produsen di daerah tersebut yang saling berlomba untuk memasarkan produknya,

Strategi peningkatan daya saing produk kerupuk kulit di UKM ini dilakukan menggunakan metode SWOT dan QSPM. Penggunaan analisis SWOT pada penelitian ini adalah mengevaluasi dan meningkatkan peluang serta mengetahui daya saing melalui faktor internal dan eksternal dalam peningkatan strategi, karena analisis ini akan menghasilkan berbagai rekomendasi untuk semakin menonjolkan kekuatan, mengurangi adanya suatu kelemahan, memanfaatkan peluang yang ada, dan mencegah munculnya ancaman (Siahaan, 2008). Cara perhitungan bobot dan rating dalam analisis SWOT yaitu pada faktor internal maupun eksternal harus berjumlah 100% atau 1. Setelah perhitungan bobot dan rating dihasilkan, hasilnya dimasukkan kedalam kuadran SWOT yang mana akan menghasilkan posisi perusahaan dalam kuadran tertentu.

Metode QSPM digunakan untuk melakukan evaluasi pada pilihan alternatif secara objektif guna menentukan strategi yang terbaik untuk di prioritaskan oleh perusahaan. Penggunaan QSPM pada penelitian adalah untuk menentukan strategi yang terbaik bagi perusahaan berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan. Keunggulan dari metode QSPM adalah dapat membantu dan memudahkan pelaku usaha untuk menemukan strategi yang tepat untuk permasalahan yang dihadapi oleh usaha nya. Penggunaan SWOT dan QSPM untuk menentukan strategi perusahaan dan mengembangkan model konseptual yang tepat dalam mengidentifikasi area optimal yang penting bagi perkembangan strategi selanjutnya (Prayudi & Yulistria, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Strategi alternatif mana yang tepat dalam peningkatan daya saing kerupuk rambak di UKM Kriuk melalui metode SWOT dan QSPM ?

1.3 Tujuan Penelitian

Menentukan strategi dalam peningkatan daya saing kerupuk rambak di UKM Kriuk melalui metode SWOT dan QSPM.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk membantu UKM dalam menyusun dan merencanakan strategi peningkatan daya saing dalam pengelolaan kerupuk rambak dengan harapan dapat bersaing dengan produk-produk UKM yang ada di sekitar.