

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA  
BERBASIS PANGAN LOKAL  
(STUDI KASUS: UMKM SIJARWO)**

*Analysis Business Development Strategies Of Local Food-  
Based (Case Study: MSMes Sijarwo)*

**Ishtar Khalifah<sup>1</sup>, Sri Marwanti<sup>1</sup>, Erlyna Wida Riptanti<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>*Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret  
Jl. Ir. Sutami No 36 A Ketingan Surakarta, Indonesia, 57126*

*\*E-mail : erlynawida@staff.uns.ac.id*

*Naskah diterima: 30/12/2023, direvisi: 02/05/2024, disetujui: 15/05/2024*

**ABSTRAK**

Pangan lokal yaitu pangan yang dikembangkan dari potensi setempat. UMKM Sijarwo bergerak di pengolahan pangan lokal ubi kayu jarak towo. UMKM Sijarwo telah berjalan kurang lebih selama 4 tahun tetapi dalam pelaksanaannya masih terdapat kendala belum maksimalnya pelaksanaan manajemen usaha. Berdasarkan kendala yang dihadapi maka tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi kriteria, subkriteria dan aktor yang berpengaruh, merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dan menganalisis prioritas strategi yang tepat dalam pengembangan di UMKM. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik *Analitycal Hierarchy Process*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kriteria yang paling berpengaruh yaitu kriteria pasar dan pemasaran (0,322), subkriteria SDM yaitu wawasan (0,419), subkriteria keuangan yaitu pembukuan (0,717), subkriteria produksi dan operasi yaitu ketersediaan bahan baku (0,362), subkriteria pasar dan pemasaran yaitu pelayanan (0,366) aktor yang paling berpengaruh yaitu konsumen (0,456) dan prioritas strategi yaitu memperluas jangkauan pasar 0,447.

Kata kata kunci: *Analytical Hierarchy Process*, Alternatif Startegi, Prioritas Strategi.

**ABSTRACT**

*Local food is food that is developed based on local potential. Sijarwo UMKM is engaged in local food processing of Towo distance cassava. Sijarwo UMKM has been running for*

approximately 4 years but in its implementation there are still obstacles such as not being able to carry out its business management optimally. Based on the obstacles faced, the aim of this research is to identify criteria, sub-criteria and influential actors, formulate alternative strategies that can be implemented and analyze appropriate strategic priorities in development in MSMEs. Data analysis method using Analytical Hierarchy Process. Based on the research results, it is known that the most influential criteria are market and marketing criteria (0.322), HR sub-criteria namely insight (0.419), financial sub-criteria namely bookkeeping (0.717), production and operations sub-criteria namely availability of raw materials (0.362), market and marketing sub-criteria namely service (0.366) the most influential actor is consumers (0.456) and the strategic priority is expanding market reach 0.447.

**Keywords:** Analytical Hierarchy Process, Alternative Strategies, Strategic Priorities.

## PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor yang mendukung perekonomian Indonesia. Ubi kayu merupakan hasil pertanian yang dapat diolah menjadi berbagai makanan. Manfaat ubi kayu dapat menjadi bahan pokok pengganti nasi (Yunita *et al.*, 2019). Menurut Umbara (2017), tanaman ubi kayu berproduksi, menghasilkan tanaman berupa akar. Lahan kering di Kecamatan Jatiyoso, Tawangmangu dan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar sesuai untuk budidaya ubi kayu "jarak towo" (Irianto, 2020). Jarak towo yang dibudidayakan pada lahan yang berbeda memiliki kualitas yang berbeda (Irianto *et al.*, 2022). Varietas ini sesuai ditanam pada ketinggian  $\pm 1.000$  m dpl, untuk mendapatkan hasil panen yang berkualitas (Mujiyo *et al.*, 2021).

Menurut Utami dan Sulistyani (2015), pangan lokal yaitu pangan yang dikembangkan dari potensi wilayahnya. Ubi kayu potensial karena belum dikembangkan dengan optimal (Samakmur *et al.*, 2022). UMKM Sijarwo bergerak di pengolahan ubi kayu terkhusus varietas jarak towo. UMKM Sijarwo memiliki sekitar 14 produk yang diinovasikan seperti pizza, bolen, donat, pizza dan lain-lain. Strategi pengembangan usaha berfungsi meningkatkan kegiatan dan jumlah usaha (Karyoto, 2021). Berikut merupakan data volume produk paling laku dari UMKM Sijarwo.

**Tabel 1. Data Volume Produk Paling Laku UMKM Sijarwo (pcs) / Bulan**

Produk	Harga (Rp)	Berat (gram)	Volume produksi	Volume penjualan	Pendapatan (Rp)
Gethuk	14.000	480	320	309	4.326.000
Donat	10.000	300	400	386	3.860.000
Singkong Keju	10.000	800	461	403	4.030.000
Bolen	25.000	250	400	398	9.950.000
Pizza	20.000	250	400	391	7.820.000

Sumber: UMKM Sijarwo, (2023).

Strategi pengembangan bisnis bertujuan meningkatkan aktivitas bisnis atau mengurangi biaya (Karyoto, 2021). Kelemahan yang dimiliki UMKM Sijarwo yaitu belum menerapkan pembukuan, tenaga kerja kurang berpengalaman, produk yang dititipkan dihargai terlalu tinggi, serta promosi yang belum maksimal. Berdasarkan masalah pada UMKM Sijarwo, maka tujuan penulisan artikel adalah mengidentifikasi kriteria dan subkriteria serta aktor yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha. Tujuan selanjutnya adalah menyusun alternatif strategi dan menganalisis prioritas strategi yang diterapkan untuk mengembangkan usaha pada UMKM Sijarwo.

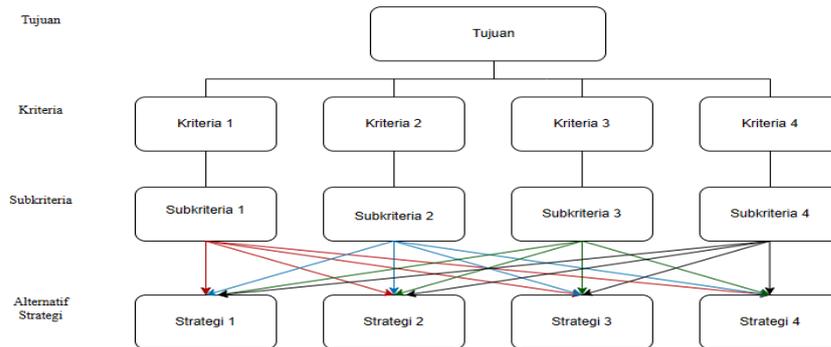
## METODOLOGI

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja. Menurut Hasnawiya (2012), UMKM Sijarwo dipilih sebagai lokasi penelitian karena UMKM Sijarwo membuat olahan pangan lokal dengan mengikuti *trend* masa kini. Di UMKM Sijarwo belum pernah dilakukan penelitian mengenai strategi pengembangan. Sampel penelitian menggunakan *key informan* yaitu informan kunci yang mampu memberikan informasi (Fitriyah, 2021). *Key informan* yang dipilih yaitu pihak yang paham dengan pengembangan usaha yaitu pemilik UMKM Sijarwo, karyawan UMKM Sijarwo, pemilik UMKM Gethuk Take sebagai pesaing, Dinas Koperasi dan UMKM Karanganyar, dan konsumen terakhir UMKM Sijarwo.

Metode deskriptif merupakan metode dasar yang digunakan dalam penelitian. Menurut Zellatifanny dan Mudjiyanto (2018), tipe penelitian deskriptif berfungsi untuk lebih menguraikan mengenai kenyataan sosial. Merumuskan sejumlah variabel yang berkorelasi dengan permasalahan yang diteliti. Data primer dan sekunder sebagai sumber data digunakan dalam penelitian. Menurut Putro dan Argantos (2019), informasi primer dikumpulkan langsung dari sumber pertama. Data kualitatif dalam penelitian ini yaitu profil, permasalahan yang dihadapi, kriteria, subkriteria dan aktor yang berpengaruh dalam pengembangan usaha UMKM Sijarwo, serta alternatif strategi yang tepat. Data Kuantitatif yang digunakan yaitu nilai kepentingan kriteria dan konsistensi logis.

Metode analisis data menggunakan *Analytical Hierarchy Process*. Metode ini dilakukan dengan membuat struktur hierarki setelah terkumpulnya data dan informasi. Terdapat langkah-langkah dalam penggunaan metode AHP. Langkah-langkah penggunaan metode AHP, menurut Handayani dan Aris (2021):

1. Penyusunan Hierarki



Gambar 1. Struktur Hierarki Analytical Hierarchy Process (AHP)

2. Pembobotan

Perbandingan berpasangan dinilai pada tiap tingkatan hierarki. Menurut Raharja *et al.* (2018), nilai kualitatif dari skala perbandingan dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Kualitatif dari Skala Perbandingan

Nilai	Keterangan
1	Sama Penting
3	Lebih Penting
5	Jelas Lebih
7	Sangat Jelas Lebih Penting
9	Mutlak lebih penting
2,4,6,8	Jika ragu antara dua nilai elemen

Sumber: Raharja *et al.* (2018).

3. Penetapan Prioritas

Menurut Makkasau (2012), perbandingan berpasangan perlu dilakukan pada kriteria dan alternatif. Pada Tabel 3, setiap kriteria di kolom kanan akan dibandingkan dengan kriteria di kolom kiri dengan memilih bobot yang lebih penting diantara keduanya dengan bobot 1 sampai 9. Hasilnya diperoleh nilai tingkat kepentingan elemen dalam bentuk pendapat kualitatif.

Tabel 3. Matriks Perbandingan Berpasangan

Criteria	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Criteria
C1																	C2	
																	C3	
C2																	C3	

Sumber: Akmaluddin, (2016).

4. Konsistensi Logis

AHP memberi pertimbangan terhadap pertanyaan tentang logika konsistensi. Menurut Pribadi *et al.* (2020), membuat keputusan penting untuk mengetahui tingkat konsistensi yang ada. *Consistency Indeks* dengan rumus:

$$Ci = (\lambda_{maks} - n)/(n - 1)$$

Rasio Konsistensi/Consistency Ratio (CR) dihitung dengan rumus:

$$CR = CI/IR$$

Nilai konsistensi logis mempunyai nilai  $CR \leq 0,10$ . Hal ini berarti hasilnya adalah benar. Jika nilai lebih dari 10%, maka nilai data keputusan harus diperbaiki (Viarani dan Hilma, 2015).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Sjarwo terletak di Moyoretno RT 07 / 09 Desa Dawung, Kecamatan Matesih, Kabupaten Karanganyar. UMKM Sjarwo menghadapi tantangan seperti pertumbuhan yang lambat, keterlibatan karyawan yang rendah dan upaya promosi yang tidak memadai. Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan maka hasil dan pembahasan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### **Kriteria, Subkriteria, Aktor Pengembangan UMKM Sjarwo**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan maka diperoleh kriteria, subkriteria, dan aktor yang berpengaruh pada pengembangan UMKM Sjarwo.

#### **Kriteria**

UMKM perlu dikembangkan. Menurut Widyaningtyas (2021), tujuan mengembangkan UMKM yaitu meningkatkan pendapatan pengusaha. Berikut merupakan kriteria, subkriteria, dan aktor yang berpengaruh di UMKM Sjarwo:

#### **1. Kriteria Sumber Daya Manusia (SDM)**

SDM merupakan hal yang berperan penting bagi usaha. Menurut Putra dan Sobandi (2019) produktivitas kerja yang rendah akan mempengaruhi mutu organisasi. Berikut merupakan subkriteria yang dapat dikembangkan pada UMKM Sjarwo:

##### **a. Keterampilan**

Karyawan harus memiliki keterampilan agar usaha dapat berjalan baik. Menurut Setyanti *et al.* (2022), keterampilan kerja penting untuk tolak ukur karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan. SDM UMKM Sjarwo dituntut untuk memiliki keterampilan di bidang kuliner. Keterampilan dapat diasah dengan berlatih dan mengembangkan wawasan.

##### **b. Pelatihan**

UMKM Sjarwo mengadakan pelatihan untuk mengasah keterampilan dan menambah wawasan bagi karyawan. Menurut Nainggolan *et al.* (2022), fungsi pelatihan SDM sebagai penunjang bagi perusahaan. Pelatihan

dengan mengajarkan karyawan terkait proses produksi dan operasi agar menghasilkan produk yang berkualitas.

c. Wawasan

Pengembangan wawasan dapat dilakukan dengan pelatihan. Menurut Bariqi (2018) menambah wawasan SDM dapat didukung dengan mengadakan pelatihan. UMKM Sjarwo mengharapkan SDM memiliki wawasan terkait usaha kuliner didukung dengan melakukan pelatihan.

## 2. Kriteria Keuangan

Aspek keuangan memberikan pengertian yang berkaitan dengan keuntungan perusahaan. Menurut Supriadi (2023), pengelolaan keuangan dan pengembangan usaha penting untuk dilakukan pemilik usaha. Pada penelitian ini subkriteria keuangan terdiri dari:

a. Permodalan

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan. Menurut Supriadi (2023), sumber dana yang diperoleh usaha meliputi modal asing, modal sendiri, dan Laba. UMKM Sjarwo menggunakan modal sendiri sehingga jumlahnya terbatas. UMKM Sjarwo mengeluarkan modal untuk produksi setiap bulannya sekitar Rp2.500.000.

b. Pembukuan

Pembukuan merupakan hal penting karena tercatat keluar masuknya keuangan. Mulyani dan Nani (2023) menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM belum menyadari pentingnya pembukuan. UMKM Sjarwo mencatat pembukuan seadanya dan hanya menyimpan nota yang dimiliki sehingga tidak terdapat rekapan data.

## 3. Kriteria Produksi dan Operasi

Produksi dan operasi pada UMKM Sjarwo yaitu aktivitas mengubah jarak towo menjadi olahan yang dipasarkan. Menurut Widjaja *et al.* (2022), produksi dan operasi merupakan kegiatan mengkoordinasikan penggunaan bahan secara efektif dan efisien. Berikut merupakan beberapa subkriteria dari produksi dan operasi UMKM Sjarwo:

a. Ketersediaan Alat

Melakukan pembaruan dan memastikan ketersediaan alat dapat membantu proses produksi dan operasi. Menurut Widjaja *et al.* (2022), mesin dan peralatan dalam proses produksi dan operasi perlu pemeliharaan. UMKM Sjarwo memiliki alat untuk menunjang proses produksi dan operasi. Alat sudah menggunakan mesin seperti oven, vakum, mixer berukuran besar dll.

b. Ketersediaan Bahan

UMKM Sjarwo menggunakan ubi kayu organik varietas jarak towo.. Menurut Thontowie *et al.* (2011), bahan baku yaitu suatu bagian dari

produk jadi. UMKM Sjarwo bekerja sama dengan kelompok tani sehingga akan mendapatkan ubi kayu varietas jarak towo yang baik.

c. Kualitas Produk

UMKM Sjarwo sudah memastikan produknya berkualitas. Produk sudah memiliki PIRT dan kemasan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan. Menurut Widjaja *et al.* (2022), kualitas produk yang dihasilkan harus mampu bersaing. UMKM Sjarwo memastikan produk sampai pada konsumen dalam keadaan yang baik sehingga dapat membuat konsumen melakukan pembelian berulang.

d. Kuantitas Produk

UMKM Sjarwo melakukan produksi setiap hari dengan bahan baku sekitar 1 sampai 4 kuintal perhari tergantung dengan permintaan pasar. Menurut Rachmawati (2020), besarnya kuantitas tergantung pada strategi *marketing*. Proses produksi dilakukan setiap hari pada produk tertentu seperti pizza, donat, gethuk, singkong keju dan bolen. Produksi untuk menu lainnya UMKM Sjarwo menunggu pesanan dari konsumen.

#### 4. Kriteria Pasar dan Pemasaran

Pasar dan pemasaran merupakan kegiatan memasarkan produk. Menurut Utama dan Subagio (2014), pemasaran yaitu kegiatan pembuatan sampai menawarkan transaksi bagi konsumen. UMKM Sjarwo melakukan pemasaran di jalan alternatif Matesih-Karangayar yang diharapkan dapat menarik wisatawan yang melalui jalur tersebut.

a. Harga

UMKM Sjarwo menetapkan harga dengan mempertimbangkan target pasar yang dituju. Menurut Budiono (2020), harga mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Harga yang ditetapkan oleh UMKM Sjarwo masih terjangkau sehingga konsumen dapat membeli produk yang dipasarkan oleh UMKM Sjarwo.

b. Promosi

Promosi menjadi penghubung antara perusahaan dengan konsumen. Menurut Budiono (2020), promosi menjadi salah satu senjata yang ampuh dalam pemasaran. UMKM Sjarwo melakukan promosi secara *online* maupun *offline*. UMKM Sjarwo belum mengalokasikan dana untuk promosi akan tetapi sudah memanfaatkan beberapa media sosial seperti *Instagram, facebook, tiktok dan website*.

c. Layanan

UMKM Sjarwo mementingkan pelayanan pada konsumen, Tujuannya agar konsumen puas dan akan melakukan pembelian berulang. Menurut Widjaja, *et al.* (2022) layanan merupakan kegiatan yang menciptakan kepuasan bagi konsumen. Pemilik UMKM Sjarwo selalu mengajarkan kepada tenaga kerjanya untuk selalu melayani konsumen dengan baik.

- d. Target pasar  
UMKM Sijarwo memiliki target pasar kelas menengah serta kaum *millennial*. Menurut Safitra, (2017), target pasar meliputi persoalan memilih dan menjangkau pasar. Target pasar UMKM Sijarwo yaitu masyarakat Karanganyar serta wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Karanganyar.

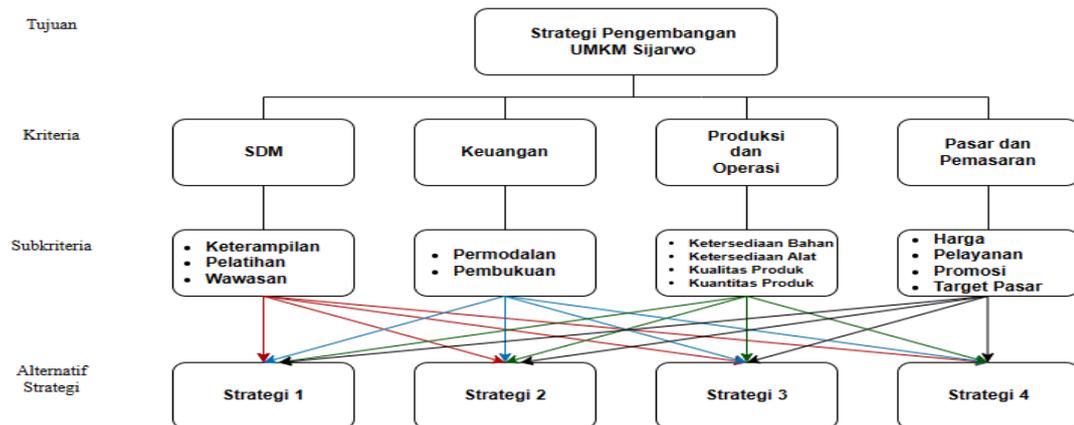
## 5. Aktor

Pada penelitian ini terdapat aktor yang berpengaruh pada pengembangan usaha. Aktor yang berpengaruh pada pengembangan UMKM Sijarwo yaitu:

- a. Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karanganyar  
Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karanganya berperan dalam pengembangan UMKM Sijarwo. Menurut Handayani dan Aris (2021) badan pemerintah mempengaruhi lingkungan perusahaan. Dinas bertugas mengadakan kegiatan pelatihan, melakukan monitoring dan mengadakan event rutin bagi UMKM.
- b. Masyarakat/Konsumen  
Konsumen merupakan aktor paling penting dalam pengembangan usaha. Menurut Handayani dan Aris (2021) konsumen setiap saat mengalami perubahan. Konsumen dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan untuk melakukan pengembangan UMKM Sijarwo.
- c. Pelaku UMKM  
Pelaku UMKM merupakan pemimpin dalam suatu usaha. Pemilik UMKM Sijarwo memiliki peranan penting dalam pengembangan UMKM Sijarwo karena merasakan secara langsung permasalahan dalam UMKM. Menurut Nainggolan *et al.* (2022) seluruh kegiatan perlu pengawalan pemimpin.
- d. Pemerintah Desa  
Pemerintah desa salah satu aktor yang membantu pengembangan UMKM Sijarwo. Menurut Handayani dan Aris (2021) pemerintah memberi manfaat bagi perusahaan. Pemerintah desa bertugas membantu dalam melakukan perizinan terkait PIRT dan mengajukan sertifikat halal.

## Penyusunan Hierarki Pengembangan UMKM Sijarwo

Berdasarkan kriteria dan subkriteria yang berpengaruh terhadap strategi pengembangan UMKM Sijarwo dapat disusun struktur hierarki pada Gambar 2. Pada Gambar 2 terdapat bagan hierarki UMKM Sijarwo. Menurut Razi (2016), hierarki AHP disusun sebagai pengambilan keputusan yang efisien. Pada Gambar 2 terdapat tujuan, kriteria, subkriteria dan alternatif strategi. Alternatif strategi akan dirumuskan berdasarkan kriteria dan subkriteria.



Gambar 2. Struktur Hierarki Strategi Pengembangan UMKM Sijarwo

### Perumusan Alternatif Strategi Pengembangan UMKM Sijarwo

Berdasarkan struktur hierarki pada Gambar 2 dan identifikasi kriteria dan subkriteria yang berpengaruh pada UMKM Sijarwo dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi sebagai berikut :

1. **Mengoptimalkan SDM UMKM Sijarwo dengan mengadakan pelatihan**  
Melakukan pelatihan dapat mengembangkan wawasan dan keterampilan. UMKM Sijarwo melakukan pelatihan proses produksi dan operasi pengolahan produk. Pengadaan pelatihan dilakukan dengan mengajarkan pada karyawan terkait proses produksi dan operasi yang sesuai agar menghasilkan produk yang berkualitas. Menurut Susan (2019) SDM adalah individu yang bekerja maka harus dikembangkan kemampuannya.
2. **Mengoptimalkan sarana dan prasarana untuk meningkatkan kualitas produk**  
Strategi pengembangan sarana dan prasarana dapat meningkatkan kualitas produk. Mengembangkan sarana dan prasarana produksi akan membuat kualitas produk berkembang. UMKM Sijarwo dapat mengembangkan sarana dan prasarana produksi, antara lain alat produksi, kulkas pendingin, mesin vakum, mesin pengupas singkong serta alat-alat penunjang produksi. Menurut Shobaruddin (2020) UMKM tidak dapat melakukan produksi dengan cepat. UMKM Sijarwo perlu memperbaiki alat produksi sehingga dapat meningkatkan efisiensi proses produksi.
3. **Penyusunan laporan keuangan secara rutin**  
Penyusunan laporan keuangan secara rutin merupakan alternatif strategi pengembangan usaha yang berpengaruh pada UMKM Sijarwo. Menurut Mulyani dan Nani (2023), banyak pelaku UMKM yang belum sadar jika melakukan pencatatan keuangan itu penting. UMKM Sijarwo belum menerapkan pencatatan keuangan secara rutin sehingga tidak memiliki data beberapa tahun terakhir.

#### 4. Memperluas jangkauan pasar

Memperluas jangkauan pasar merupakan strategi pengembangan usaha yang berpengaruh pada UMKM Sijarwo. Perluasan jangkauan pasar dapat dilakukan dengan menentukan segmentasi pasar, melakukan analisis pasar dan menggunakan marketplace dengan baik sehingga dapat menjangkau pasar yang akan dituju. Menurut Priangani (2013) pemasaran meliputi permintaan, produksi, kepuasan dan hubungan pasar. UMKM Sijarwo dapat melakukan promosi dengan mengenalkan produknya menggunakan sosial media sehingga produk akan lebih dikenal dan dapat memperluas jangkauan pasar.

### **Pembobotan dan Pengukuran Konsistensi untuk Masing-Masing Elemen**

Menurut Handayani dan Aris (2021) tingkat hierarki dinilai dengan perbandingan berpasangan. Langkah-langkah dalam pembobotan dan pengukuran yaitu:

#### 1. Matriks Kriteria

Matriks kriteria yang diteliti pada penelitian ini berpengaruh pada pengembangan UMKM Sijarwo. Setelah dilakukan pembobotan dan pengukuran konsistensi. Maka didapatkan bobot serta prioritas elemen sebagai berikut:

**Tabel 4. Matriks Kriteria**

Kriteria	Bobot	Prioritas
SDM	0,274	2
Keuangan	0,170	4
Produksi dan Operasi	0,234	3
Pasar dan Pemasaran	0,322	1

**Sumber: Data Primer (2023), diolah.**

Tabel 4 diperoleh kriteria pasar dan pemasaran memiliki nilai prioritas paling tinggi (0,322). Nilai CR = 0,09 yang berarti penilaian tersebut sudah konsisten dengan memenuhi syarat bahwa  $CR \leq 0,1$ . Menurut Manalu dan Salsabila (2021), aspek pemasaran berisi analisis potensial terhadap permintaan penawaran produk. UMKM Sijarwo dapat memprioritaskan kriteria pasar dan pemasaran. Melakukan pengembangan pasar dan pemasaran dapat dengan melakukan promosi, melakukan inovasi produk.

#### 2. Subkriteria

Matriks subkriteria yang diteliti pada penelitian ini yaitu dipilih berdasarkan elemen-elemen kriteria yang berpengaruh pada strategi pengembangan UMKM Sijarwo. Subkriteria tersebut diantaranya yaitu:

##### a. Subkriteria Sumber Daya Manusia

Pada kriteria SDM terdapat pelatihan, wawasan serta keterampilan Setelah dilakukan pembobotan dan pengukuran konsistensi pada tiap elemen

menggunakan *software Expret Choice* didapatkan bobot serta prioritas elemen sebagai berikut:

**Tabel 5. Matriks Subkriteria SDM**

Subkriteria	Bobot	Prioritas
Keterampilan	0,319	2
Pelatihan	0,261	3
Wawasan	0,419	1

**Sumber: Data Primer (2023), diolah.**

Tabel 5 diperoleh subkriteria wawasan memiliki nilai prioritas paling tinggi (0,419). Nilai CR = 0,07 yang berarti penilaian tersebut sudah konsisten dengan memenuhi syarat bahwa  $CR \leq 0,1$ . Menurut Bariqi (2018) menambah wawasan SDM dapat didukung dengan mengadakan pelatihan. UMKM Sijarwo tidak memiliki kualifikasi spesifik dalam merekrut tenaga kerjanya sehingga perlu mengembangkan keterampilan dan wawasan dengan pelatihan terkait pengolahan produk ubi kayu. Pemilik UMKM Sijarwo mengadakan pelatihan kepada tenaga kerjanya secara rutin dan ikut serta dalam pelatihan UMKM yang diadakan oleh dinas UMKM.

b. Subkriteria Keuangan

Pada subkriteria keuangan terdapat subkriteria permodalan dan pembukuan yang telah dianalisis dan didapatkan bobot serta prioritas elemen sebagai berikut:

**Tabel 6. Matriks Subkriteria Keuangan**

Subkriteria	Bobot	Prioritas
Permodalan	0,283	2
Pembukuan	0,717	1

**Sumber: Data Primer (2023), diolah.**

Tabel 6 diperoleh subkriteria pembukuan memiliki nilai prioritas paling tinggi (0,717). Hasil analisis menunjukkan bahwa subkriteria keuangan sudah konsisten karena nilai CI = 0 yang berarti inkonsistensi penilaian adalah 0. Menurut Mulyani dan Nani (2023), banyak pelaku UMKM yang belum sadar bahwa melakukan pencatatan keuangan itu penting. UMKM Sijarwo dapat menyusun pembukuan sehingga dapat diketahui permasalahan terkait keluar masuknya keuangan.

c. Subkriteria Produksi dan Operasi

Pada kriteria produksi dan operasi terdapat subkriteria berpengaruh pada pengembangan UMKM Sijarwo. Setelah dilakukan pembobotan dan pengukuran. Tabel 7 diketahui subkriteria ketersediaan bahan memiliki nilai prioritas paling tinggi (0,362). Nilai CR = 0,03 yang berarti penilaian tersebut sudah konsisten dengan memenuhi syarat bahwa  $CR \leq 0,1$ . Menurut

Nababan *et al.* (2019) kegiatan perusahaan sangat didukung oleh persediaan. Oleh karena itu kontinuitas ketersediaan bahan baku merupakan hal penting dalam mengembangkan usaha. UMKM Sijarwo menjaga ketersediaan bahan baku dengan bekerja sama dengan kelompok tani dan mencari lokasi lain sebagai alternatif penghasil bahan baku.

**Tabel 7. Matriks Subkriteria Produksi dan Operasi**

Subkriteria	Bobot	Prioritas
Ketersediaan Bahan	0,362	1
Ketersediaan Alat	0,177	3
Kualitas Produk	0,323	2
Kuantitas Produk	0,138	4

Sumber: Data Primer (2023), diolah.

d. Subkriteria Pasar dan Pemasaran

Menurut Manalu dan Salsabila (2021), aspek pemasaran yaitu aspek yang berisikan analisis potensial permintaan dan penawaran produk. Pada kriteria pasar dan pemasaran terdapat subkriteria didapatkan bobot serta prioritas elemen sebagai berikut:

**Tabel 8. Matriks Subkriteria Pasar dan Pemasaran**

Subkriteria	Bobot	Prioritas
Harga	0,245	2
Pelayanan	0,366	1
Promosi	0,169	4
Target Pasar	0,219	3

Sumber: Data Primer (2023), diolah.

Tabel 8 diketahui bahwa subkriteria pelayanan memiliki nilai prioritas tertinggi (0,366). Nilai CR = 0,04 yang berarti penilaian tersebut sudah konsisten dengan memenuhi syarat bahwa  $CR \leq 0,1$ . Menurut Manalu dan Desriana (2018), terciptanya kepuasan membuat hubungan baik perusahaan dengan pelanggannya. UMKM Sijarwo dapat mengedepankan pelayanan yang baik dalam usahanya. UMKM Sijarwo dapat menerima kritik dari konsumen, melayani konsumen dengan ramah dan menerima saran dari konsumen untuk mengembangkan usahanya. Tujuannya yaitu agar konsumen merasa puas dan akan melakukan pembelian secara berulang.

e. Matriks Aktor

Aktor yang diteliti pada penelitian ini berpengaruh pada pengembangan UMKM Sijarwo. Setelah dilakukan pembobotan dan pengukuran konsistensi. Maka didapatkan bobot serta prioritas elemen pada Tabel 9. Tabel 9 diketahui konsumen memiliki nilai paling tinggi (0,456). Menurut Wijaya dan Ana (2018) konsumen dapat membuat keputusan untuk

membeli produk jika produk tersebut bernilai lebih. Nilai CR = 0,02 yang berarti penilaian tersebut sudah konsisten dengan memenuhi syarat bahwa  $CR \leq$  dari 0,1.

**Tabel 9. Matriks Aktor**

Aktor	Bobot	Prioritas
Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Karanganyar	0,176	3
Masyarakat/Konsumen	0,456	1
Pelaku UMKM.	0,127	4
Pemerintah Desa	0,241	2

Sumber: Data Primer (2023), diolah.

Konsumen sangat berperan pada perkembangan UMKM Sijarwo oleh karena itu UMKM Sijarwo dapat memprioritaskan konsumen dengan mengoptimalkan pelayanan. Konsumen sangat berpengaruh karena tujuan utama dari suatu usaha yaitu dapat mendapat kepercayaan konsumen.

### Penentuan Prioritas Alternatif Strategi Pengembangan Usaha UMKM Sijarwo

Pada penelitian ini terdapat 4 alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan UMKM Sijarwo. Alternatif strategi yang dapat diterapkan pada UMKM Sijarwo pada Tabel 10.

**Tabel 10. Matriks Alternatif Strategi**

Alternatif	Bobot	Prioritas
Mengoptimalkan SDM dengan mengadakan pelatihan	0,242	2
Mengoptimalkan sarana dan prasarana	0,169	3
Membuat laporan keuangan secara rutin	0,143	4
Memperluas jangkauan pasar	0,447	1

Sumber: Data Primer (2023), diolah.

Tabel 10 diketahui alternatif strategi yang memiliki nilai prioritas paling tinggi yaitu memperluas jangkauan pasar (0,447). Nilai CR = 0,03 yang berarti penilaian tersebut sudah konsisten dengan memenuhi syarat bahwa  $CR \leq$  0,1. Menurut Irwandi *et al.* (2022) strategi pemasaran produk merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan produk secara lebih luas. Prioritas strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Sijarwo untuk mengembangkan usaha yaitu dengan melakukan perluasan jangkauan pasar.

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kriteria yang memiliki prioritas paling penting yaitu kriteria pasar dan pemasaran. Strategi untuk meningkatkan kriteria pasar dan pemasaran yaitu dengan memperluas jangkauan pasar. Perluasan jangkauan pasar dapat dilakukan dengan menentukan segmentasi pasar, melakukan analisis pasar dan menggunakan marketplace dengan baik sehingga dapat menjangkau pasar yang

akan dituju. Alternatif stategi yang dapat diterapkan UMKM Sijarwo yaitu: Mengoptimalkan SDM UMKM Sijarwo dengan mengadakan pelatihan untuk mengembangkan wawasan dan keterampilan tenaga kerja, Mengoptimalkan sarana dan prasarana, Menyusun laporan keuangan secara rutin. Memperluas jangkauan pasar. Prioritas strategi pengembangan UMKM Sijarwo yaitu strategi dengan memperluas jangkauan pasar dengan nilai 0,447.

### DAFTAR PUSTAKA

- Akmaluddin. 2016. Problematika Bahasa Indonesia Kekinian: Sebuah Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Ragam Tulisan. *Mabasan*, 10(2):63-84.
- Bariqi, M, D,. 2018. Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 5(2): 64-69.
- Budiono, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*,17(2).
- Fitriyah, R, N. 2021. Analisis Penyusunan Dan Publikasi Karya Tulis Ilmiah Sebagai Tolak Ukur Kompetensi Widyaiswara. *Jurnal Diklat Teknis Pendidikan dan Keagamaan* 9(2):116-126.
- Hasnawiya, H. 2012. Studi Kesesuaian Lahan Budidaya Ikan Kerapu Dalam Karamba Jaring Apung Dengan Aplikasi Sistem Informasi Geografis Di Teluk Raya Pulau Singkep, Kepulauan Riau. *Journal of Aquaculture Management and Technology* 1(1), 2012: 87-101.
- Handayani A., Aris, E. S.2021. *Buku Ajar Manajemen Strategi*. Surakarta: Unisri Press
- Hutama, Cristanto Leona, Subagio. 2014. Analisa Pengaruh *Dining Experience* Terhadap *Behavioral Intention* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1):1-10.
- Irwandi, P., Novi, H., Daffa, S, L. 2022. Strategi Pengembangan Usaha Coklat Tempe Di Kota Malang. *Mahatani* 5(1):311-325.
- Irianto, H., Mujiyo, Hardian, N., Aulia, Q., et al. 2022. Land Suitability Assessment For Cassava Var. Jarak Towo, Using Determinant Factors As The Strategy Fundament In Hilly Area Jatiyoso-Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(6): 1131-1140.
- Irianto, H., Mujiyo, Hardian, N., Aulia, Q. 2020. The Development Of Jarak Towo Cassava As A High Economical Raw Material In Sustainability-Based Food Processing Industry. *AIMS Agriculture and Food*, 6(1): 125-141.
- Irianto, H., Mujiyo, Hardian, N., Aulia, Q. 2022. Analysis Of The Growth, Linggajaya Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 6(3): 644-656.
- Karyoto. 2021. *Proses Pengembangan Usaha*. Yogyakarta: Deepublish.
- Makkasau, K. 2012. Penggunaan Metode Analytic Hierarchy Process (AHP) Dalam Penentuan Prioritas Program Kesehatan (Studi Kasus Program Promosi Kesehatan). *JATI Undip*. 7(2): 105-112.
- Manalu, D, S, T., Desriana, M, S, T. 2018. Strategi Pengembangan Bisnis Pt Momenta Agrikultura Ahazing Farm, Lembang, Jawa Barat. *Mahatani*1(2): 91-120.

- Manalu, D, S, T., Salsabila, S., M. 2021. Pendirian Unit Bisnis Baru Tomatoes Cheese Milk Di Cv Soebi Agrikultura Indonesia Kabupaten Bandung Barat. *Mahatani*, 4(2): 419-437. DOI: <http://dx.doi.org/10.52434/mja.v4i2.1442>
- Mujiyo, Ikhsan, F. S., Aktavia, H., Hery, W. 2021. Land Suitability Assessment for Cassava var. Jarak Towo, Using Determinant Factors as the Strategy Fundament in Hilly Area Jatiyoso-Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(6): 1131-1140.
- Mulyani, Nani. 2023. Pembukuan Sederhana untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Cipulir Kebayoran Lama Jakarta Selatan. *Dedikasi PKM*. Vol. 4, No. 2. pp. 331-336, doi:[10.32493/dedikasipkm.v4i2.31900](https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i2.31900).
- Nababan, D, A., Machfud, Arief, S. 2019. Strategi Dan Efisiensi Persediaan Bahan Baku Di PT. XYZ. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 5 No. 3 : 385-396.
- Nainggolan, Hermin. 2022. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia : Strategi dan Implementasi*. Media Aksara: Purbalingga.
- Putra, Y, D, Sobandi,. 2019. Pengembangan Sumber Daya Manusia Sebagai Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 4(1): 127-133
- Putro, P. S., Argantos. 2019. Pelaksanaan Usaha Kesehatan Sekolah. *Jurnal Patriot* 1(2): 687-703. doi:[10.24036/patriot.v1i2.410](https://doi.org/10.24036/patriot.v1i2.410).
- Pribadi, D., Rizal, A. S., Jamal, M. H., Gunawan. 2020. *Sistem Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Raharja, S., J., Rivani, Ria, A. 2018. Strategy Of Development Of Ceramic Industry With Analytic Hierarchy Process: Study On Ceramic Industry Center In Purwakarta, Indonesia. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3): 229-240.
- Rachmawati, M. 2020. Kontribusi Sektor UMKM Pada Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(07), 1-13.
- Safitra, R. 2017. Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting dan Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*. 6(1): 28-43.
- Samakmur, Nur, A. S., Robiatul, A. R. 2022. Mengolah Singkong Menjadi Kue Lapis Legit Desa Runding Mengolah Singkong Menjadi Kue. *Jurnal Adam*, 1(2): 125-130. doi:[10.37081/adam.v1i2.896](https://doi.org/10.37081/adam.v1i2.896)
- Supriadi, A., Andi, R., Dwi, H, L, K., Gusti, T, A. 2018. *Analytical hierarchy process (ahp) teknik penentuan strategi daya saing kerajinan bordir*. Deepublish: Yogyakarta.
- Susan, E. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2): 952-962.
- Shobaruddin, M. 2020. Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Malang melalui literasi informasi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(2): 151-170 .
- Thontowie, Septenaria, Riswan. 2011. Sistem Pengendalian Manajemen Produksi Dan Hubungannya Dengan Pengelolaan Persediaan Bahan Baku (Studi Kasus Pada Pt. Indra Brither's Di Bandar Lampung). *Jurnal Akuntansi & Keuangan* 2(1): 129 - 142
- Umbara, D.S. 2017. Paradigma Masyarakat terhadap Pemanfaatan Tanaman Singkong Tanaman Produktif di Indonesia. *Jurnal Hexagro* 1(1): 34-37.

- Utami, P., Sulistyani, B. 2015. Potensi dan Ketersediaan Bahan Pangan Lokal Sumber Karbohidrat Non Beras Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 12(2): 150-158.
- Viarani, S, O., Hilma, R, Z. 2015. Analisis Pemilihan Pemasok Dengan Metode Analytical Hierarchy Process Di Proyek Indarung Vi PT Semen Padang. *Jurnal Laporan Kerja Praktek*, 14(01): 55-70.
- Widjaja, W., Abdul, M., Nyoman, T, S., Gusti, A., A. 2022. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Cendekia Mulia Mandiri: Batam.
- Widyaningtyas, I. 2021. Dampak Serta Strategi Umkm Saat Pandemic Covid-19 Di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1): 21-41.
- Wijaya, Ana. 2018. Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 2 (1): 87-98.
- Yunita, S., Agung, J., Mat, S. 2019. Sistem Pakar Deteksi Penyakit pada Tanaman Singkong. *Sisfotenika*, 9(1): 24-35, doi:[10.30700/jst.v9i1.444](https://doi.org/10.30700/jst.v9i1.444).
- Zellatifanny, C. M., Mudjiyanto, B. 2018. Tipe Penelitian Deskripsi dalam Ilmu Komunikasi. *Diakom*, 1(2): 83-90.