

ABSTRAK

IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar adalah industri kerupuk bawang di Kota Padang dimiliki oleh Ibu Rahamanita yang berlokasi di Jalan Raya Indarung No.37 Kelurahan Indarung, Kecamatan Lubuk Kilangan, Kota Padang. IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar mengalami penurunan penjualan kerupuk bawang di Kota Padang yang dapat dilihat pada penjualan tahun 2011-2014 berturut-turut yaitu sebanyak 12688 kg pada tahun 2011, 12558 kg pada tahun 2012, 12506 kg pada tahun 2013, dan 12454 kg pada tahun 2014. Padahal IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar ini merupakan IKM kerupuk bawang di Kota Padang dengan persentase jumlah penjualan yang paling besar dibandingkan tujuh IKM kerupuk bawang lainnya pada tahun 2014 dengan persentase sebesar 42%. Berdasarkan penurunan jumlah penjualan tersebut, sehingga diperlukan perencanaan strategi pengembangan IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar untuk penjualan di Kota Padang pada masa akan datang.

Perumusan strategi dilakukan melalui tiga tahap, yaitu tahap pemasukan, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Pada tahap masukan menggunakan tiga matriks, yaitu matriks External Factor Evaluation (EFE), matriks Internal Faktor Evaluation (IFE), dan Competitive Profile Matrix (CPM). Pada tahap pencocokan dilakukan dengan menggunakan dua matriks, yaitu Matriks IE dan Matriks Strategi Besar. Tahap keputusan dilakukan dengan Analytical Hierarchy Process (AHP) menggunakan software Expert Choice. Pada tahap ini akan diketahui strategi apa yang tepat untuk dilakukan perusahaan sebagai strategi bersaing dalam menghadapi persaingan di Kota Padang.

Posisi IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar berdasarkan matriks internal eksternal berada pada kuadran V yaitu menjaga dan mempertahankan dimana posisi tersebut menunjukkan bahwa kondisi internalnya cukup kuat dan eksternalnya cukup tinggi. Pada matriks SWOT didapatkan tiga usulan strategi alternatif yaitu strategi intensif, strategi integrasi dan strategi defensif. Posisi IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar berdasarkan Matriks Strategi Besar berada pada kuadran I yang mengindikasikan bahwa IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar berada pada pertumbuhan pasar yang cepat dan posisi kompetitif yang kuat. Urutan prioritas strategi IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar berdasarkan Analytical Hierarchy Process (AHP) menggunakan software Expert Choice adalah Meningkatkan kualitas kerupuk (0,265), Memperluas daerah pemasaran (0,231), Meningkatkan promosi (0,146), Menggunakan e-commerce dalam penjualan produk (0,125), Menggunakan peralatan produksi (0,096), Inovasi terhadap produk yang dihasilkan (0,071), Menambah jumlah karyawan (0,067)

Kata Kunci : *IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar, Strategi, SWOT, AHP*

ABSTRACT

IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar is the onion cracker industry in Padang owned by Mrs. Rahamanita located at Jalan Raya Indarung Kelurahan Indarung 37, Kecamatan Lubuk Kilangan, Padang. The sales of IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar decreased which can be seen in sales 2011-2014, respectively, are as much as 12.688 kg in 2011, 12.558 kg in 2012, 12.506 kg in 2013, and 12.454 kg in 2014. Even though, Kerupuk Bawang Malaysia Fajar is the biggest sales percentage in 2014 compare to 7 others IKM with percentage of 42%. Based on the decline in the number of sales, so that the necessary planning SME development strategy Kerupuk Bawang Malaysia Fajar for sale in the Padang city in the future.

Strategy formulation is done in three stages, such as the inclusion phase, phase matching and decision stage. Input stage has three matrix, such as External Factor Evaluation Matrix (EFE), Internal Factor Evaluation Matrix (IFE), and Competitive Profile Matrix (CPM). In matching stage is done by using two matrices, IE Matrix and Big Strategy Matrix. Decision stage was done by Analytical Hierarchy Process (AHP) using Expert Choice software. At this stage it will be known what the right strategy for the company as a competitive strategy in the face of competition in the city of Padang.

The position of IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar based on external internal matrix is in quadrant V which is to maintain and defend the position which indicates that the condition of the internal is strong enough and external is high enough. SWOT matrix obtained on three proposals for alternative strategies that intensive strategy, integration strategy and defensive strategies. The position of IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar based on the Huge Strategy Matrix is in quadrant I, which indicates the IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar currently market growth rapidly and a strong competitive position. The order of priority strategies of IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar by Analytical Hierarchy Process (AHP) using Expert Choice software is to improve the quality of kerupuk (0.265), Expanding the marketing area (0.231), Increase sale (0,146), Using the e-commerce in product sales (0.125), use of production equipment (0,096), the product produced Innovation (0.071) Increase the number of employees (0.067).

Key Words: *IKM Kerupuk Bawang Malaysia Fajar, Strategies, SWOT, AHP*