

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produksi tanaman pisang di Indonesia secara nasional mengalami kenaikan setiap tahunnya. Tahun 2021 menghasilkan 8.741.147 ton pisang, tahun 2020 menghasilkan 8.182.756 ton pisang, tahun 2019 menghasilkan 7.280.658 ton pisang, pada tahun 2018 menghasilkan 7.264.283 ton pisang (Badan Pusat Statistik, 2021). Provinsi Sumatra Barat merupakan provinsi 10 besar produksi penghasil di Indonesia. Tahun 2021 produksi pisang menghasilkan 152.732 ton, tahun 2020 menghasilkan 142.034 ton, tahun 2019 menghasilkan 116.379 ton, dan tahun 2018 menghasilkan 92.703 ton. Produksi pisang yang meningkat di Sumatra Barat menunjukkan adanya potensi pengembangan oleh masyarakat melalui UMKM atau industri rumah tangga seperti olahan keripik pisang, pisang sale, bolu pisang, nugget pisang, dll.

Industri merupakan usaha yang melakukan aktivitas mengubah bahan baku baku menjadi produk yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar. Sumatra Barat merupakan salah satu provinsi yang memberikan perhatian lebih ke UMKM untuk meningkatkan daya saing usahanya. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatra Barat (2016), UMKM provinsi Sumatra Barat dengan jumlah 14.841 unit usaha dimana Kota Padang berjumlah 1.827 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 7.597 orang. Menurut BPS, ada beberapa jenis perusahaan industri salah satunya Industri Rumah Tangga yang memiliki tenaga kerja 1-4 orang.

Industri rumah tangga memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, karena industri ini memiliki pengaruh terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat dan peningkatan produktivitas. Tidak semua usaha industri rumah tangga mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Beberapa masalah yang sering dihadapi oleh UMKM Indonesia diantaranya permodalan, pengelolaan manajemen, dan daya saing terhadap produk lainnya (Zaelani, 2019). Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi yang tepat untuk mengembangkan bisnis industri rumah tangga.

Keripik Pisang Nuri Rashi merupakan industri rumah tangga yang berada di Kota Padang yang berdiri sejak 2017. Industri ini memproduksi keripik pisang kurang lebih mencapai 300-500 bungkus atau setara dengan 50 kg dalam sebulan. Omset dalam sebulan yang didapatkan oleh Industri Rumah Tangga Keripik Pisang Nuri Rashi mencapai kurang lebih Rp 6.000.000 yang tidak tetap perminggunya. Bahan baku pisang berjenis pisang kepok (*Musa paradisiaca*, L.) berasal dari agen di Kota Padang. Industri tersebut memproduksi beberapa varian rasa diantaranya asin, coklat, manis, pedas, dan *original*. Sistem produksi varian rasa selain *original* dilakukan dengan *system made by order*. Varian rasa *original* dilakukan proses produksi berkelanjutan. Industri Keripik Pisang Nuri Rashi memegang moto tanpa pewarna, pengawet, dan pemanis buatan.

Segmentasi pasar produk Keripik Pisang Nuri Rashi menargetkan konsumen yang menyukai makanan ringan yang manis. Hal ini berkaitan dengan *value propositions* yang ditawarkan pada produk keripik pisang dengan rasa manis murni dari buah pisang kepok tersebut. Pemasaran produk yang dilakukan oleh Keripik Pisang Nuri Rashi dilakukan dengan cara promosi *word of mouth* dan wilayah pemasaran yang masih terbatas yaitu Kota Padang. Promosi *word of mouth* merupakan kegiatan penawaran suatu produk secara langsung baik dari produsen maupun konsumen (Fakhrudin *et al.*, 2021). Selain itu, penjualan produk dilakukan dengan menaruh langsung keripik pisang di toko oleh-oleh bandara, koperasi, dan rumah makan. Media pemasaran yang digunakan oleh Keripik Pisang Nuri Rashi yaitu menggunakan *whatsapp*. Namun untuk mengikuti tren komunikasi saat ini tidak cukup jika hanya mengandalkan *whatsapp* yang menyebabkan promosi kalah dari pesaing produk sejenis lainnya yang memiliki diversifikasi produk lebih baik, pemasaran yang lebih luas, dan harga yang lebih murah, sehingga ini menjadi hambatan dalam mencapai potensi pasar dan perluasan segmen pelanggan. Kurangnya optimalisasi dalam pemasaran produk dan keterbatasan pengetahuan teknologi merupakan kendala yang dihadapi oleh Industri Rumah Tangga Keripik Pisang Nuri Rashi. Teknologi sangat berperan penting dalam memudahkan masyarakat untuk mendapatkan kebutuhannya. Salah satu contoh penerapan teknologi adalah penggunaan *digital marketing*, dimana jika pelaku UMKM ingin bertahan maka

harus dapat memaksimalkan manfaat dari *digital marketing* (Syukri dan Sunrawali, 2022).

Berdasarkan kendala tersebut, strategi pengembangan diperlukan agar dapat bersaing secara maksimal oleh kompetitor agar industri dapat tetap menjaga dan meningkatkan eksistensinya dipasaran. Penguatan potensi usaha dapat dilakukan dengan cara menganalisis potensi dan permasalahan usaha yang ada. Industri Keripik Pisang Nuri Rashi masih tergolong industri berskala mikro karena omset yang didapatkan per tahunnya kurang dari 300 juta. Penerapan metode BMC (*Business Model Canvas*) dan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) adalah dua pendekatan yang sering digunakan untuk mengevaluasi bisnis dan membuat strategi pengembangan baik di industri besar dan industri berskala UMKM. Salah satu contohnya pada BMC merupakan model bisnis yang berkelanjutan untuk membantu perusahaan menggambarkan model bisnis suatu usaha yang disesuaikan dengan karakteristik industri tersebut (Tokarski *et al.*, 2017), sedangkan SWOT membantu perusahaan atau industri rumah tangga untuk membantu mencapai tujuannya dengan mengidentifikasi kekuatan, tantangan, peluang, dan ancamannya pada industri tersebut (Moghaddam *et al.*, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan strategi bisnis industri rumah tangga dengan menggabungkan pendekatan BMC dan SWOT. Oleh sebab itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Produk Keripik Pisang (Studi Kasus : Industri Rumah Tangga Keripik Pisang Nuri Rashi)”**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi industri rumah tangga dan pihak yang berkepentingan, seperti pengusaha, pemasok, dan pemasar, untuk membuat keputusan dan strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada Industri Rumah Tangga Keripik Pisang Nuri Rashi, yaitu:

1. Bagaimana kondisi model bisnis pada industri rumah tangga tersebut?

2. Bagaimana kondisi faktor internal dan eksternal industri rumah tangga tersebut?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang tepat dan efektif untuk Industri Rumah Tangga tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian di Industri Rumah Tangga Keripik Pisang Nuri Rashi, yaitu:

1. Menganalisis kondisi model bisnis industri rumah tangga tersebut.
2. Menganalisis kondisi faktor internal dan eksternal industri rumah tangga keripik pisang dengan analisis strategi.
3. Menganalisis strategi pengembangan usaha yang tepat dan efektif untuk industri rumah tangga tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah:

1. Bagi penulis

Mendapatkan pemetaan model bisnis kanvas untuk industri rumah tangga Keripik Pisang Nuri Rashi, mendapatkan kondisi faktor internal dan faktor eksternal industri tersebut, dan mendapatkan strategi yang tepat untuk industri rumah tangga tersebut

2. Bagi Perusahaan atau Industri

Dapat menjadi informasi dan saran bagi pemilik industri atau perusahaan terkait strategi untuk mengembangkan usaha produk keripik pisang.