JURNAL ILMIAH INOVASI

Vol. 26, No. 2, Agustus 2026
E-ISSN : 2527-6220 | P-ISSN : 1411-5549
DOI : 10.25047/jii.v26i02.7464

Penerapan *Analitycal Hierarchy Process* (AHP) Sebagai Upaya Menentukkan Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Mawar di Jember (Study Kasus pada *Home Industry* Rizki Jaya)

Application of the Analytical Hierarchy Process (AHP) to Determine a Development Strategy for the Mawar Cracker Business in Jember (A Case Study of the Rizki Jaya Home Industry)

Widya Eka Putri Lestari , Paramita Andini[1]

[1] Department of Management Agribusiness, Politeknik Negeri Jember
** paramitaandini260592@polije.ac.id*

ABSTRAK

Home Industry Rizki Jaya merupakan salah satu usaha kerupuk mawar di Kecamatan Balung Kabupaten Jember yang memiliki potensi berkembang, namun masih menghadapi berbagai kendala. Kendala yang dihadapi oleh *Home Industry* Rizki Jaya meliputi kurangnya variasi produk, keterbatasan sarana produksi, keuntungan yang relatif kecil, serta penurunan penjualan yang mencerminkan belum adanya strategi pengembangan yang terarah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria dan alternatif strategi pengembangan usaha serta menentukan strategi prioritas yang paling sesuai. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) melalui penyusunan struktur hierarki, perbandingan berpasangan, dan penentuan bobot prioritas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk menjadi kriteria utama, diikuti efisiensi produksi, pengembangan penjualan *online*, dan pemanfaatan teknologi. Alternatif strategi prioritas meliputi strategi produk, strategi proses, strategi fasilitas, dan strategi pemasaran. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha perlu difokuskan pada strategi proses melalui peningkatan kualitas dan variasi produk agar mampu meningkatkan daya saing usaha.

Kata kunci — Strategi Pengembangan Usaha, Kerupuk Mawar, AHP

ABSTRACT

Rizki Jaya's Home Industry is one of the mawar cracker businesses in Balung District, Jember Regency which has the potential to develop, but still faces various obstacles. Obstacles faced by Rizki Jaya's Home Industry includes lack of product variety, limitations means of production, relatively small profits, and declining sales which reflects the absence of a directed development strategy. This research aims to identify criteria and alternatives for business development strategies and determine the most appropriate priority strategies. The method used is a quantitative descriptive approach with the Analytical Hierarchy Process (AHP) through the preparation of a hierarchy structure, paired comparison, and determination of priority weights. The results of the study show that product diversification is the main criterion, followed by production efficiency, online sales development, and technology utilization. Alternative priority strategies include product strategy, process strategy, facility strategy, and marketing strategy. The conclusion of this study shows that business development needs to be focused on process strategies through improving product quality and variety in order to increase business competitiveness.

Keywords — *Business Development Strategy, Mawar Cracker, AHP*

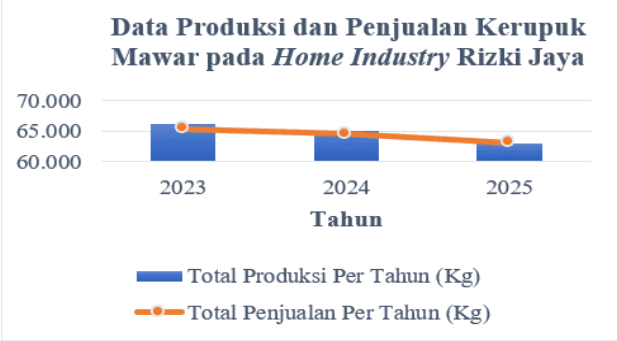
OPEN ACCESS
© 2026. Widya Eka Putri Lestari , Paramita Andini
Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Kabupaten Jember memiliki potensi yang besar dalam pengembangan produk agroindustri, salah satunya kerupuk yang menjadi makanan tradisional populer di masyarakat. Kerupuk banyak dikonsumsi sebagai pelengkap makanan maupun camilan. Keberagaman cita rasa kerupuk dipengaruhi oleh penggunaan bahan baku yang bervariasi dalam proses pembuatannya [1]. Proses pembuatan kerupuk membutuhkan bahan yang memiliki pati [2]. Tingkat konsumsi kerupuk di Kabupaten Jember yang cukup tinggi menunjukkan bahwa produk ini memiliki peluang yang baik untuk terus dikembangkan.

Home industry merupakan bagian dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) tergolong dalam kegiatan usaha yang dikelola secara bebas dan tidak mendominasi pasar [3]. Home Industry Rizki Jaya merupakan usaha mikro yang berlokasi di Desa Balung Kulon, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. Usaha ini termasuk kategori usaha mikro berdasarkan aset dan omzet yang dimiliki. Usaha yang berdiri sejak tahun 2003 ini memproduksi kerupuk mawar untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang.

Perkembangan usaha ditandai dengan penggunaan dua unit mesin cetak yang membantu meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi. Kegiatan produksi didukung oleh tujuh tenaga kerja dengan kapasitas produksi sekitar 200 kg per hari atau setara dengan 40 kemasan berukuran 5 kg. Proses produksi meliputi pencampuran bahan baku, pencetakan, pengukusan, pengeringan, dan pengemasan. Berikut data produksi dan penjualan:



Gambar 1. Data Produksi dan Penjualan Kerupuk Mawar Tahun 2023-2025

Sumber: Home Industry Rizki Jaya (2023-2025)

Data tahun 2023–2025 menunjukkan bahwa produksi dan penjualan kerupuk mawar mengalami penurunan. Produksi turun dari 66.200 kg pada tahun 2023 menjadi 63.000 kg pada tahun 2025, sedangkan penjualan menurun dari 65.300 kg menjadi 62.985 kg. Kondisi tersebut menunjukkan adanya penurunan permintaan yang perlu mendapat perhatian.

Harga jual kerupuk mawar sebesar Rp82.000 per kemasan 5 kg, sedikit lebih tinggi dibandingkan produk sejenis dari produsen lain. Biaya produksi mencapai sekitar Rp2.900.000 per hari, sedangkan pendapatan usaha sekitar Rp3.280.000 per hari apabila seluruh produk terjual. Keuntungan yang diperoleh sebesar Rp380.000 per hari masih tergolong relatif kecil.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa usaha masih menghadapi beberapa kendala, yaitu kurangnya variasi produk, keuntungan yang terbatas, keterbatasan sarana pengeringan, dan penurunan penjualan. Permasalahan tersebut berkaitan dengan diversifikasi produk, efisiensi produksi, pemanfaatan teknologi, serta pemasaran online. Penelitian ini menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk menentukan prioritas strategi pengembangan usaha yang paling tepat sesuai dengan kondisi Home Industry Rizki Jaya.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk menentukan prioritas strategi pengembangan usaha kerupuk mawar pada Home Industry Rizki Jaya di Dusun Krajan Tengah, Desa Balung Kulon, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, yang dilaksanakan selama enam bulan sejak Desember 2025 hingga Mei 2026. Populasi penelitian meliputi pemilik usaha, seluruh karyawan, dan pihak yang memiliki pengetahuan terkait, dengan sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling berupa responden dari pemilik usaha dan pakar Dinas Koperasi Usaha Kecil, Menengah, dan Perdagangan Kabupaten Jember.

Variabel penelitian terdiri atas empat kriteria, yaitu diversifikasi produk, peningkatan efisiensi produksi, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan penjualan online, serta empat alternatif strategi berupa strategi produk, proses, fasilitas, dan pemasaran. Data dikumpulkan

melalui kuesioner terbuka dan tertutup, observasi, wawancara, serta dokumentasi, yang mencakup data primer dan sekunder seperti profil usaha, data produksi, dan biaya operasional. Analisis data dilakukan dengan menyusun struktur hierarki tujuan, kriteria, dan alternatif, membuat matriks perbandingan berpasangan, serta menguji konsistensi penilaian, sehingga diperoleh strategi pengembangan usaha yang menjadi prioritas utama bagi Home Industry Rizki Jaya.

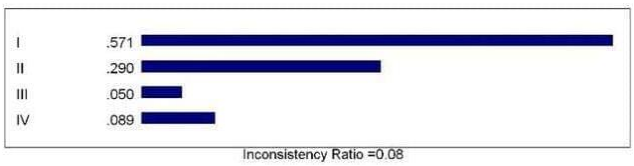
3. Pembahasan

3.1 Hasil Identifikasi Kriteria dan Alternatif Pengembangan Usaha

Kriteria dan alternatif pengembangan usaha diidentifikasi menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). Proses analisis mencakup penyusunan struktur hierarki dan uji perbandingan berpasangan untuk memperoleh bobot prioritas setiap unsur. Pengolahan data dilakukan menggunakan software Expert Choice 2000 sehingga dapat ditentukan strategi pengembangan usaha yang paling optimal. Berikut merupakan hasil uji perbandingan berpasangan:

3.1.1 Perbandingan Prioritas Antar Kriteria

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP), diperoleh nilai perbandingan tingkat kepentingan antar kriteria. Perbandingan tersebut menggambarkan tingkat prioritas masing-masing kriteria yang menjadi dasar dalam penentuan strategi pengembangan usaha. Berikut ini grafik perbandingan prioritas antar kriteria dalam strategi pengembangan usaha pada Home Industry Rizki Jaya:



Gambar 2. Grafik Perbandingan Prioritas Antar Kriteria

Sumber: Data Primer, Diolah 2026

Keterangan:
I = Diversifikasi Produk
II = Peningkatan Efisiensi Produksi
III = Pemanfaatan Teknologi
IV = Pengembangan Penjualan *Online*

Berdasarkan tersebut, Diversifikasi Produk menjadi kriteria yang paling dominan dengan bobot 0,571, diikuti Peningkatan Efisiensi Produksi sebesar 0,290, Pengembangan Penjualan Online sebesar 0,089, dan Pemanfaatan Teknologi sebesar 0,050. Nilai bobot tersebut digunakan dalam pengujian konsistensi melalui perhitungan λmax, Consistency Index (CI), dan Consistency Ratio (CR). Hasil perhitungan menunjukkan nilai λmax sebesar 4,22, yang digunakan untuk menilai konsistensi penilaian pada matriks perbandingan berpasangan.

Nilai λmax yang diperoleh kemudian digunakan untuk menghitung *Consistency Index* (CI):

$$CI = \frac{\lambda - n}{n - 1} = \frac{4{,}22 - 4}{4 - 1} = \frac{0{,}22}{3} = 0{,}07$$

Nilai *Random Consistency Index* (RI) diperoleh dari Tabel RI berdasarkan 4 kriteria yang dibandingkan (n=4), sehingga nilai *Random Consistency Index* (RI) sebesar 0,90. Nilai *Consistency Index (CI)* dan *Random Consistency Index* (RI) digunakan untuk menghitung *Consistency Ratio* (CR):

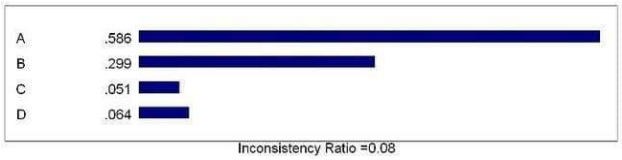
$$CR = \frac{CI}{RI} = \frac{0{,}07}{0{,}90} = 0{,}08$$

Nilai *Consistency Ratio* (CR) diperoleh melalui perhitungan *Consistency Index* (CI) dan *Random Consistency Index* (RI). Hasil perhitungan menunjukkan nilai CR sebesar 0,08 (≤ 0,1), sehingga penilaian dinyatakan konsisten dan hasil pembobotan dapat digunakan sebagai dasar penentuan strategi pengembangan usaha. Hasil tersebut menunjukkan bahwa diversifikasi produk menjadi pertimbangan utama dalam meningkatkan daya saing usaha.

3.1.2 Perbandingan Prioritas Alternatif terhadap Diversifikasi Produk

Hasil perbandingan prioritas antar alternatif terhadap kriteria diversifikasi produk menunjukkan tingkat kepentingan relatif dari

setiap alternatif dalam mendukung strategi pengembangan usaha. Perbandingan ini memberikan gambaran mengenai alternatif yang paling diprioritaskan dalam upaya pengembangan produk pada *Home Industry* Rizki Jaya. Grafik perbandingan prioritas antar alternatif terhadap diversifikasi produk dalam strategi pengembangan usaha pada *Home Industry* Rizki Jaya disajikan pada gambar berikut ini:



Gambar 3. Grafik Perbandingan Prioritas Alternatif terhadap Diversifikasi Produk

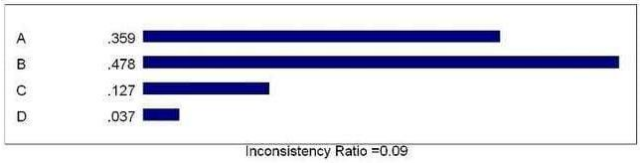
Sumber: Data Primer, Diolah 2026

Keterangan:
A = Strategi Produk
B = Strategi Proses
C = Strategi Fasilitas
D = Startegi Pemasaran

Berdasarkan gambar tersebut, Strategi Produk memiliki prioritas tertinggi dengan bobot 0,586, diikuti Strategi Proses sebesar 0,299, Strategi Pemasaran sebesar 0,064, dan Strategi Fasilitas sebesar 0,051. Nilai Consistency Ratio (CR) sebesar 0,08 (≤ 0,1) menunjukkan bahwa hasil pembobotan telah konsisten dan dapat digunakan dalam analisis. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengembangan dan peningkatan kualitas produk menjadi fokus utama.

3.1.3 Perbandingan Prioritas Alternatif terhadap Peningkatan Efisiensi Produksi

Perbandingan prioritas antar alternatif terhadap kriteria peningkatan efisiensi produksi dilakukan untuk menentukan alternatif strategi yang paling tepat. Setiap alternatif dianalisis berdasarkan tingkat kepentingannya sehingga diperoleh urutan prioritas sebagai dasar pengambilan keputusan. Hasil perhitungan menunjukkan perbedaan bobot pada masing-masing alternatif yang kemudian menggambarkan tingkat pengaruhnya terhadap peningkatan efisiensi produksi. Alternatif dengan bobot tertinggi menunjukkan strategi yang lebih diprioritaskan karena dinilai memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pencapaian efisiensi produksi. Berikut ini grafik perbandingan prioritas antar alternatif terhadap peningkatan efisiensi produksi dalam strategi pengembangan usaha pada Home Industry Rizki Jaya:



Gambar 4. Grafik Perbandingan Prioritas Alternatif terhadap Peningkatan Efisiensi Produksi

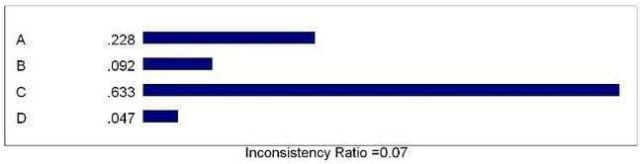
Sumber: Data Primer, Diolah 2026

Keterangan:
A = Strategi Produk
B = Strategi Proses
C = Strategi Fasilitas
D = Startegi Pemasaran

Berdasarkan gambar tersebut, Strategi Proses menjadi prioritas utama dengan bobot 0,478, diikuti Strategi Produk sebesar 0,359, Strategi Fasilitas sebesar 0,127, dan Strategi Pemasaran sebesar 0,037. Nilai Consistency Ratio (CR) sebesar 0,09 (≤ 0,1) menunjukkan bahwa hasil pembobotan telah konsisten dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perbaikan proses produksi menjadi fokus utama untuk meningkatkan efisiensi penggunaan bahan baku, waktu, dan tenaga kerja pada Home Industry Rizki Jaya.

3.1.4 Perbandingan Prioritas Alternatif terhadap Pemanfaatan Teknologi

Analisis perbandingan prioritas antar alternatif terhadap kriteria pemanfaatan teknologi dilakukan untuk mengetahui tingkat kepentingan masing-masing alternatif dalam mendukung penerapan teknologi pada strategi pengembangan usaha. Perbandingan ini memberikan gambaran mengenai alternatif yang paling diprioritaskan berdasarkan kriteria pemanfaatan teknologi. Perbedaan nilai bobot pada setiap alternatif menunjukkan besarnya kontribusi masing-masing strategi dalam meningkatkan pemanfaatan teknologi pada kegiatan usaha. Grafik perbandingan prioritas antar alternatif terhadap kriteria pemanfaatan teknologi dalam strategi pengembangan usaha pada *Home Industry* Rizki Jaya disajikan pada gambar berikut:



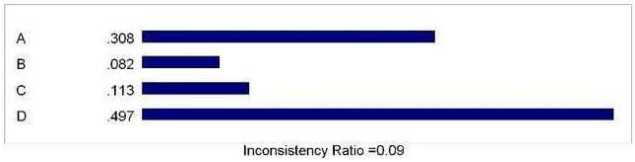
Gambar 5. Grafik Perbandingan Prioritas Alternatif terhadap Pemanfaatan Teknologi
Sumber: Data Primer, Diolah 2026

Keterangan:
A = Strategi Produk
B = Strategi Proses
C = Strategi Fasilitas
D = Startegi Pemasaran

Berdasarkan gambar tersebut, Strategi Fasilitas memiliki bobot tertinggi sebesar 0,633, diikuti Strategi Produk sebesar 0,228, Strategi Proses sebesar 0,092, dan Strategi Pemasaran sebesar 0,047. Nilai Consistency Ratio (CR) sebesar 0,07 (≤ 0,1) menunjukkan bahwa hasil pembobotan telah konsisten dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengembangan fasilitas menjadi prioritas utama dalam mendukung pemanfaatan teknologi pada Home Industry Rizki Jaya.

3.1.5 Perbandingan Prioritas Alternatif terhadap
Pengembangan Penjualan Online

Perbandingan prioritas antar alternatif terhadap kriteria pengembangan penjualan online dilakukan untuk mengetahui tingkat kepentingan relatif dari setiap alternatif yang digunakan. Analisis ini bertujuan untuk menentukan alternatif yang paling tepat dalam mendukung pengembangan penjualan online pada Home Industry Rizki Jaya. Hasil perbandingan tersebut memberikan gambaran mengenai prioritas alternatif sebagai dasar pengambilan keputusan. Alternatif dengan nilai bobot yang lebih tinggi menunjukkan tingkat prioritas yang lebih besar dalam mendukung peningkatan penjualan melalui pemanfaatan media digital. Berikut ini grafik perbandingan prioritas antar alternatif terhadap pengembangan penjualan online dalam strategi pengembangan usaha pada Home Industry Rizki Jaya:



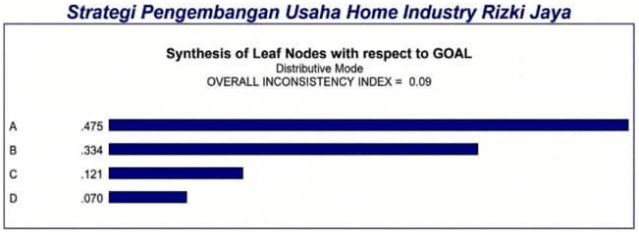
Gambar 6. Grafik Perbandingan Prioritas Alternatif terhadap Pengembangan Penjualan *Online*
Sumber: Data Primer, Diolah 2026

Keterangan:
A = Strategi Produk
B = Strategi Proses
C = Strategi Fasilitas
D = Startegi Pemasaran

Berdasarkan gambar tersebut, Strategi Pemasaran menjadi prioritas utama dengan bobot 0,497, diikuti Strategi Produk sebesar 0,308, Strategi Fasilitas sebesar 0,113, dan Strategi Proses sebesar 0,082. Nilai *Consistency Ratio* (CR) sebesar 0,09 (≤ 0,1) menunjukkan bahwa hasil pembobotan telah konsisten dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aspek pemasaran perlu menjadi fokus utama melalui peningkatan promosi dan penguatan branding produk untuk meningkatkan penjualan serta daya saing *Home Industry* Rizki Jaya.

3.1.6 Perbandingan Alternatif Prioritas Strategi Pengembangan Usaha

Perbandingan alternatif prioritas strategi pengembangan usaha pada Home Industry Rizki Jaya menunjukkan urutan tingkat kepentingan dari masing-masing strategi yang telah ditentukan. Hasil perbandingan ini memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai strategi yang lebih diprioritaskan dibandingkan alternatif lainnya. Temuan ini dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pengembangan usaha. Perbedaan nilai bobot pada setiap alternatif mencerminkan besarnya kontribusi masing-masing strategi terhadap pencapaian tujuan pengembangan usaha. Grafik perbandingan alternatif prioritas strategi pengembangan usaha kerupuk mawar pada Home Industry Rizki Jaya disajikan pada gambar berikut:



Gambar 7. Grafik Perbandingan Alternatif Prioritas Strategi Pengembangan Usaha

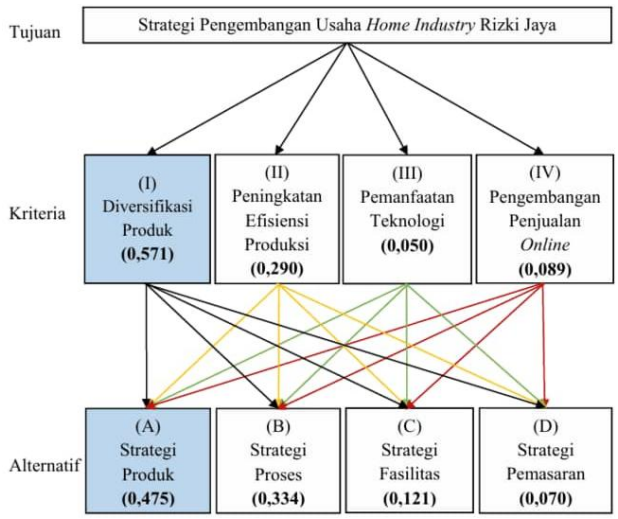
Sumber: Data Primer, Diolah 2026

Keterangan:
A = Strategi Produk
B = Strategi Proses
C = Strategi Fasilitas
D = Startegi Pemasaran

Berdasarkan gambar tersebut, diperoleh nilai Overall Inconsistency index sebesar 0,09 (≤ 0,10) yang menunjukkan bahwa hasil pembobotan telah konsisten dan dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Hasil prioritas menunjukkan bahwa Strategi Produk memiliki bobot tertinggi sebesar 0,475 (47,5%), sehingga menjadi prioritas utama dalam pengembangan Home Industry Rizki Jaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha perlu difokuskan pada peningkatan kualitas dan inovasi produk.

3.2 Hasil Alternatif Strategi Prioritas Pengembangan Usaha

Penentuan alternatif strategi prioritas pengembangan usaha dilakukan untuk mengetahui strategi yang paling tepat dalam mendukung perkembangan Home Industry Rizki Jaya. Alternatif strategi kemudian diurutkan berdasarkan tingkat kepentingannya sehingga dapat diketahui strategi utama dan strategi pendukung. Hasil penentuan prioritas tersebut digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan agar pengembangan usaha dapat dilakukan secara lebih efektif dan terarah. Hasil perumusan alternatif strategi pengembangan usaha kerupuk mawar pada Home Industry Rizki Jaya disajikan pada gambar berikut:



Gambar 8. Hasil Perumusan Strategi Pengembangan Usaha pada Home Industry Rizki Jaya
Sumber: Data Primer, Diolah 2026

Berdasarkan gambar tersebut, Diversifikasi Produk menjadi kriteria utama dengan bobot tertinggi sebesar 0,571, yang menunjukkan pentingnya pengembangan variasi dan inovasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha. Sementara itu, Strategi Produk memperoleh bobot tertinggi sebesar 0,475 sehingga menjadi prioritas utama yang direkomendasikan, dengan fokus pada peningkatan kualitas, pengembangan varian, dan perbaikan kemasan produk.

3.3 Identifikasi Kriteria dan Alternatif Strategi Pengembangan Usaha

3.3.1 Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk pada Home Industry Rizki Jaya dilakukan melalui pengembangan varian rasa dan kemasan untuk meningkatkan nilai tambah produk serta menyesuaikan dengan perubahan selera konsumen. Saat ini kerupuk mawar tersedia dalam ukuran besar dan kecil dengan rasa bawang, sehingga peluang pengembangan dapat dilakukan melalui penambahan varian rasa, seperti udang [6], serta penyediaan kemasan dengan ukuran yang lebih beragam, seperti ukuran 250 gr dan 500 gr [7]. Inovasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat beli konsumen, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat daya saing usaha.

3.3.2 Peningkatan Efisiensi Produksi

Peningkatan efisiensi produksi difokuskan pada pengelolaan proses produksi yang lebih terstruktur mulai dari penyediaan bahan baku hingga pengemasan. Ketersediaan tepung tapioka sebagai bahan baku utama menjadi faktor penting dalam menjaga kelancaran produksi. Kualitas bahan baku diduga memiliki pengaruh terhadap tingkat produksi yang dihasilkan [8]. Penyediaan stok cadangan dan kerja sama dengan lebih dari satu pemasok perlu dilakukan untuk mengurangi risiko keterlambatan bahan baku serta menjaga kestabilan produksi.

3.3.3 Pemanfaatan Teknologi

Pemanfaatan teknologi diarahkan pada penggunaan peralatan produksi yang lebih

modern untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kerupuk mawar. Proses pengeringan yang masih bergantung pada sinar matahari sering menyebabkan produksi tidak stabil, terutama saat musim hujan. Penggunaan oven pengering dapat menjadi solusi karena mampu mempercepat proses pengeringan, mengurangi ketergantungan terhadap cuaca, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan kapasitas produksi secara lebih efisien.

3.3.4 Pengembangan Penjualan *Online*

Pengembangan penjualan online dilakukan melalui pemanfaatan media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan konsumen [9]. Platform seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, Shopee, dan Tokopedia dapat digunakan sebagai sarana promosi, komunikasi, dan penjualan produk secara lebih efektif. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan volume penjualan, menjaga kestabilan produksi, serta memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan pasar.

3.3.5 Strategi Produk

Strategi produk pada Home Industry Rizki Jaya difokuskan pada peningkatan kualitas dan nilai tambah kerupuk mawar melalui pengembangan varian rasa serta perbaikan kemasan. Penambahan rasa udang dan penggunaan kemasan standing pouch ukuran 250 gr dan 500 gr dapat meningkatkan daya tarik produk, menjaga kualitas selama penyimpanan, serta memberikan kesan yang lebih modern dan praktis. Penguatan identitas produk dan legalitas usaha juga mendukung peningkatan daya saing di pasar.

3.3.6 Strategi Proses

Strategi proses dilakukan dengan mengelola seluruh tahapan produksi secara lebih efektif, mulai dari penyediaan bahan baku hingga pengemasan. Ketergantungan pada satu pemasok bahan baku dapat menyebabkan ketidakstabilan kualitas dan produksi, sehingga diperlukan pengendalian proses yang lebih baik. Pengawasan pada tahap pengisian dan pengemasan juga penting untuk menjaga konsistensi mutu produk [10]. Pengelolaan pada tahap tersebut perlu dilakukan secara tepat sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan daya saing usaha.

3.3.7 Strategi Fasilitas

Strategi fasilitas berfokus pada penyediaan dan pengelolaan sarana produksi yang memadai untuk mendukung kelancaran proses produksi. Fasilitas seperti alat pencetakan, area pengeringan, ruang penyimpanan, dan oven pengering berperan penting dalam mempercepat waktu pengeringan, meningkatkan kapasitas produksi, mengurangi tingkat kerusakan, serta memperpanjang daya simpan produk [11]. Perbaikan fasilitas, khususnya pada proses pengeringan, diharapkan dapat mengurangi kerusakan produk dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

3.3.8 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan kerupuk mawar. Promosi melalui WhatsApp, Facebook, Instagram, Shopee, dan Tokopedia memungkinkan produk dikenal oleh lebih banyak konsumen sekaligus mempermudah proses transaksi. Peningkatan penjualan dapat dilakukan melalui strategi pemasaran yang tepat, salah satunya dengan mengoptimalkan kegiatan promosi [12]. Penggunaan media sosial dan e-commerce diharapkan mampu meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing Home Industry Rizki Jaya.3.4 Alternatif Strategi Pengembangan Usaha

Penentuan strategi prioritas pengembangan usaha pada Home Industry Rizki Jaya dilakukan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk mengetahui strategi yang paling tepat dalam mendukung pengembangan usaha. Hasil analisis menunjukkan overall inconsistency index sebesar 0,09, sehingga hasil penilaian dinyatakan konsisten dan layak untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan. Berdasarkan nilai bobot prioritas, Strategi Produk menjadi prioritas utama dengan bobot sebesar 0,475, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas, variasi rasa, dan kemasan produk merupakan faktor paling berpengaruh dalam pengembangan usaha kerupuk mawar pada Home Industry Rizki Jaya. Prioritas kedua

adalah Strategi Proses dengan bobot sebesar 0,334, yang berfokus pada peningkatan efisiensi dan konsistensi kualitas produksi. Strategi Fasilitas berada pada prioritas ketiga dengan bobot sebesar 0,121 sebagai pendukung kelancaran operasional produksi, sedangkan Strategi Pemasaran menjadi prioritas terakhir dengan bobot sebesar 0,070 karena usaha saat ini lebih berfokus pada perbaikan produk dan proses produksi.

4. Kesimpulan

Penelitian tentang strategi pengembangan usaha kerupuk mawar pada Home Industry Rizki Jaya menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kondisi usaha. Penentuan strategi dilakukan berdasarkan beberapa kriteria yang menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini meliputi diversifikasi produk, peningkatan efisiensi produksi, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan penjualan online. Alternatif strategi yang dianalisis terdiri atas strategi produk, strategi proses, strategi fasilitas, dan strategi pemasaran sebagai pilihan dalam upaya pengembangan usaha kerupuk mawar.

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi produk menjadi prioritas utama dalam pengembangan usaha, diikuti strategi proses, strategi fasilitas, dan strategi pemasaran. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengembangan usaha Home Industry Rizki Jaya perlu difokuskan pada peningkatan kualitas dan variasi produk serta didukung oleh perbaikan proses produksi agar usaha dapat berkembang secara lebih efektif dan berkelanjutan.

5. Daftar Pustaka

[1] L. A. Manafe and F. R. Anigomang, "Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Kerupuk pada CV. Panda Unyil Kerupuk Sidoarjo Consumer Preferences in Buying Crackers Products on Cv . Panda Unyil Crackers Sidoarjo," *Sinar Manaj.*, vol. 08, pp. 81–89, 2021.

[2] M. F. Husain, M. Limonu, and Z. Antuli, "Karakteristik Fisikokimia Kerupuk Tepung Jagung dengan Penambahan Daging Ikan Betok (Anabas testudineus)," *Jambura J. Food Technol.*, vol. 4, 2022.

[3] H. A. Salim, D. Untari, and Musaiyadi, "Strategi Pengembangan Sentra Industri Kerupuk Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dikawasan Desa Ajung Wetan, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember," *JMBI J. Manaj. Bisnis dan Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 170–176, 2025.

[4] Hardani *et al.*, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020.

[5] D. Widyaningsih, *Statistika Bisnis*. Semarang: Yayasan Prima Agusteknik, 2021.

[6] F. N. Sari and I. D. Mulyani, "Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes," *J. Econ. Manag.*, vol. 2, no. 01, pp. 19–27, 2021.

[7] M. I. D. Nugraha and N. Kristiana, "Perancangan Desain Kemasan UMKM Kerupuk Bawang 'Kecapan' Bu Imas Desa Madigondo Magetan," *J. Desgrafia*, vol. 2, no. 2, pp. 353–364, 2024. no. 2, pp. 353–364, 2024.

[8] S. Rahayu and C. M. Sari, "Pengaruh Kualitas Bahan Baku, Tenaga Kerja, dan Modal Terhadap Tingkat Produksi Industri Kerupuk Rejo Tulungagung," *J. Ilm. Multidisiplin*, vol. 1, no. 8, pp. 2560–2570, 2022.

[9] M. A. Frianto *et al.*, "Digitalisasi Pemasaran Umkm Kerupuk Melalui Pemanfaatan Media Sosial dan E-Commerce," *JPMD J. Pengabdi. Kpd. Masy. Desa*, vol. 6, no. 3, pp. 1033–1047, 2025.

[10] I. N. Arista *et al.*, "Analisis Strategi Mutu terhadap Persepsi Konsumen Produk Kerupuk Kulit Ariyanto," *J. Lentera Bisnis*, vol. 14, pp. 1806–1824, 2025.

[11] N. P. Saputeri, Warsiyah, Y. Afrida, and A. F. Asyha, "Penerapan Teknologi Oven Pengering untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi Kerupuk Cumi di Pesisir Lampung," *J. Abdimas Ilm. Citra Bakti*, vol. 6, pp. 131–143, 2025.

[12] R. Amalia, V. P. Astuti, D. P. Utami, W. J. Aziz, and M. F. Abdillah, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Kerupuk Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM di Desa Bantarmangu Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes," *J. Pengabdi. Kpd. Masy. Abdimas Stibsa*, vol. 1, no. 2, pp. 53–59, 2024.