

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Industri kecil dan *home industry* memiliki peranan penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia (Sari, 2018). Keberadaan industri kecil dan *home industry* sangat signifikan, mengingat potensi mereka dalam memberdayakan masyarakat lokal dan mengurangi ketergantungan pada produk impor. Terdapat tiga alasan utama yang mendasari keberadaan industri kecil di Indonesia. Pertama, industri kecil dan rumah tangga cenderung lebih efektif dalam menciptakan lapangan kerja yang produktif. Kedua, industri kecil sering kali mengalami peningkatan produktivitas melalui investasi dan adopsi teknologi baru. Ketiga, industri kecil memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dibandingkan dengan usaha besar (Prasetyo, 2019).

Salah satu sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan oleh industri kecil adalah pengolahan kedelai (*Glycine max L.*). Kedelai merupakan tanaman legum kaya protein dan memiliki nilai gizi tinggi, sehingga menjadi sumber protein yang sangat penting bagi masyarakat, terutama dalam konteks diversifikasi pangan dan peningkatan gizi (Haryanto, 2018). Dengan memanfaatkan kedelai, industri kecil dapat menghasilkan berbagai produk makanan, seperti tahu, tempe, susu kedelai, dan minyak kedelai, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan gizi masyarakat tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal. Selain itu, kedelai juga berperan penting dalam memperbaiki kesuburan tanah melalui proses fiksasi nitrogen, yang membantu meningkatkan kualitas tanah.

Produk olahan dari kedelai, seperti kecap, memiliki peranan penting dalam meningkatkan nilai tambah dan diversifikasi produk pertanian. Kecap, yang merupakan salah satu produk olahan kedelai paling populer, tidak hanya digunakan sebagai bumbu masakan, tetapi juga sebagai sumber protein nabati yang kaya gizi. Permintaan konsumen terhadap kecap di pasar terus meningkat, menunjukkan bahwa usaha produksi kecap dari kedelai memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan. Dengan demikian, pengolahan kedelai menjadi kecap tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi para pelaku usaha, tetapi juga memenuhi kebutuhan gizi masyarakat.

Salah satu contoh usaha yang berhasil dalam pengolahan kedelai menjadi kecap adalah CV. Cap Siwah, yang didirikan oleh Ruslan Kasim di Kabupaten Bireuen. Sejak tahun 1999, usaha ini telah berkembang pesat dengan modal awal sebesar Rp. 100.000.000, yang digunakan untuk membeli bahan baku dan peralatan produksi. CV. Cap Siwah berfokus pada produksi kecap asin dan kecap manis berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan baku kedelai asli dan garam lokal dari Tanoh Anoe. Seiring berjalananya waktu, kecap Cap Siwah tidak hanya diproduksi dalam skala rumah tangga, tetapi juga telah merambah ke berbagai pasar di Aceh, termasuk Pidie Jaya, Sigli, Banda Aceh, dan lainnya, dengan bantuan 10 karyawan lokal. Pabriknya kini memiliki dua ruang produksi yang memadai untuk memasak dan penyimpanan. Ruslan sangat menjaga kualitas produknya dan telah mendaftarkan merek dagangnya serta mendapatkan sertifikat halal dari Departemen Kesehatan. Dengan fokus pada penggunaan bahan baku lokal dan menjaga cita rasa, kecap asin Cap Siwah tidak hanya berkontribusi pada perekonomian lokal tetapi juga memperkuat identitas kuliner Aceh di pasar regional, dengan harga jual kecap asin sebesar Rp. 80.000/lusin dan kecap manis sebesar Rp 100.000/lusin.

Tabel.1 Jumlah Penjualan kecap asin dan kecap manis dari tahun 2020 – 2024

Tahun	Jumlah penjualan (Lusin)	
	Kecap Asin	Kecap Manis
2020	14.000	10.000
2021	13.000	10.000
2022	15.000	10.000
2023	12.400	10.000
2024	12.400	10.000

Sumber : Industri Cap Siwah

Berdasarkan data penjualan dari tahun 2020 hingga 2024, terlihat adanya perbedaan tren antara kecap asin dan kecap manis. Penjualan kecap asin mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Pada tahun 2020, angka penjualan berada di titik yaitu 14.000 lusin, dipengaruhi oleh dampak pandemi COVID-19. Namun, seiring dengan pemulihan ekonomi dan pelonggaran pembatasan sosial, penjualan mengalami penurunan pada 2021 dan mencapai puncaknya di tahun 2022 dengan 15.000 lusin. Setelah itu, terjadi sedikit penurunan pada tahun 2023 dan 2024 menjadi 12.400 lusin, yang kemungkinan besar disebabkan oleh perubahan perilaku konsumen dan meningkatnya persaingan di platform digital. Sementara itu, penjualan kecap manis cenderung stabil sepanjang lima tahun terakhir, berada di

angka 10.000 lusin setiap tahunnya tanpa mengalami perubahan. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap kecap manis tetap konsisten, meskipun tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan seperti kecap asin. Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa kecap asin memiliki potensi pertumbuhan yang lebih dinamis, namun juga lebih rentan terhadap perubahan eksternal, sedangkan kecap manis menunjukkan kestabilan pasar yang kuat namun tanpa peningkatan berarti.

Selain faktor pasar dan perilaku konsumen, penurunan penjualan kecap asin juga dapat dipengaruhi oleh aspek sumber daya manusia (SDM) dalam perusahaan. Dalam era digital yang semakin berkembang, perusahaan perlu memiliki tenaga kerja yang terampil dan adaptif terhadap teknologi baru, termasuk dalam hal pemasaran dan penjualan online. Jika perusahaan tidak mampu mengembangkan keterampilan SDM-nya untuk beradaptasi dengan perubahan ini, maka mereka akan kesulitan bersaing dengan pesaing yang lebih inovatif. Selain itu, kurangnya pelatihan dan pengembangan bagi karyawan dapat mengakibatkan penurunan efisiensi operasional dan kualitas layanan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas merek. Oleh karena itu, untuk menghadapi tantangan di pasar yang semakin kompetitif, perusahaan perlu fokus pada pengembangan SDM yang berkualitas agar dapat beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan peluang yang ada di era digital.

Melihat kondisi tersebut, produk kecap asin dari CV. Cap Siwah di Kabupaten Bireuen penting untuk diteliti lebih lanjut. Kecap asin merupakan salah satu produk utama perusahaan yang memiliki peluang pasar cukup besar, namun menghadapi beberapa kendala, baik dari dalam perusahaan seperti keterbatasan SDM, maupun dari luar seperti persaingan di pasar digital. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Dengan menggunakan analisis SWOT, diharapkan perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan dan meningkatkan kembali produksi serta penjualan kecap asin. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Strategi Pengembangan Usaha Kecap Asin di CV. Cap Siwah Kabupaten Bireuen dengan Analisis SWOT.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang Tersebut, Rumusan Masalah Dalam Penelitian Ini Adalah Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kecap Asin Di CV. Cap Siwah Kabupaten Bireuen ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dalam pemgembangan Usaha Kecap Asin Di CV. Cap Siwah Kabupaten Bireuen.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat pada Usaha Kecap Asin Di CV. Cap Siwah Kabupaten Bireuen.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, memberikan wawasan mendalam dan pengalaman praktis dalam menganalisis pengembangan industri dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM.
2. Bagi perusahaan: Memberikan gambaran komprehensif tentang kondisi perusahaan dan rekomendasi strategi pengembangan yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan daya saing dan performa bisnis.
3. Bagi pemerintah daerah: Menyediakan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan terkait pengembangan industri di Kabupaten Bireuen.
4. Bagi akademisi: Menambah literatur dan referensi dalam bidang manajemen strategi, khususnya terkait pengembangan industri dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM.