

**ANALISIS STRATEGI SWOT DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA USAHA KERUPUK
GONGGONG DI CV KYRIA REZEKI
KOTA TANJUNGPINANG**

**MUHAMMAD KHAIRUL DAFIR
NIM. 170461201060**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelara Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhammad Khairul Dafir
Nim : 170461201060
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Strategi SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dosen Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan dan diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Dosen Pembimbing I

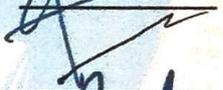
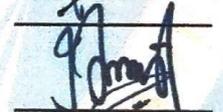
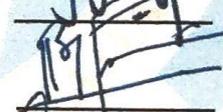
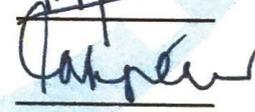
Menyetujui,

Dosen Pembimbing II


Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si
NIDN. 0003107708


Drs. H. Muhammad Idris DM, MM., M.Si
NIP. 195812311989031127

Panitia Penguji

| Nama | Jabatan | Tanda Tangan | Tanggal |
|--|---------------|---|------------|
| <u>Dr. Dodi Dermawan, SE., M.Ec</u> NIP. 198012302014041001 | Ketua Penguji |  | 20/07/2022 |
| <u>Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si</u> NIDN. 0003107708 | Penguji I |  | 19/07/22 |
| <u>Hj. Iranita, SE., M.Si</u> NIDN. 1027087003 | Penguji II |  | 14/7/2022 |
| <u>Bunga Paramita, SE., M.Si</u> NIDN. 1021097801 | Penguji III |  | 14/07/2022 |
| <u>Catri Jintar, SE., M.Si</u> NIP. 196210191993101002 | Penguji IV |  | 19/7/22 |

Tanggal Lulus : 06 Juli 2022

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi
Universitas Maritim Raja Ali Haji


Dr. H. Asmaul Husna, SE., Ak., MM., CA
NIDN. 1001077101

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Maritim Raja Ali Haji


Abdul Jalal, SE., M.Si
NIP. 198508222019031012



LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Khairul Dafir

Nim : 170461201060

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Analisis Strategi SWOT Dalam Meningkatkan Volume
Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kyria
Rezeki Kota Tanjungpinang

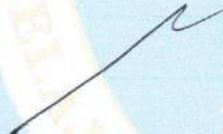
Disetujui untuk digunakan dalam (Seminar Proposal/Seminar Hasil/Sidang
Skripsi)

Tanjungpinang, 14 Juni 2022

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Roni Kurniawan, S.Sos., M.Si
NIDN. 0003107708


Drs. H. Muhammad Idris DM, MM., M.Si
NIP. 19581231198903127

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Maritim Raja Ali Haji**


Abdul Jalal, SE., M.Si
NIP.198508222019031012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Muhammad Khairul Dafir
Nim : 170461201060
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Strategi SWOT dalam Meningkatkan Volume
Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kyria
Rezeki Kota Tanjungpinang

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Kijang, 26 Juni 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Khairul Dafir
NIM. 170461201060

ABSTRAK

Muhammad Khairul Dafir, 2022 : Analisis Strategi Swot Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

Dosen pembimbing: Roni Kurniawan. S.Sos, M.Si; Drs. H. Muhammad Idris DM, MM., M.Si

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi SWOT yang di gunakan oleh kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang dalam meningkatkan volume penjualannya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Pengumpulan informasi dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Informasi yang didapatkan diolah dan diidentifikasi menggunakan teknik analisis SWOT. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang berada pada kuadran I, yang menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki kekuatan yang memadai untuk bisa memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat digunakan oleh usaha kerupuk gonggong ini adalah memperbesar pangsa besar, membuka cabang tempat penjualan dan membuat inovasi produk atau menambah varian rasa produk Kerupuk Gonggong pada Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Kerupuk Gonggong, Volume Penjualan

ABSTRACT

*Muhammad Khairul Dafir, 2022 : SWOT Strategy Analysis in Increasing Sales Volume at CV Kyria Rezeki Cracker Gonggong Business Tanjungpinang City
Lecturer : Roni Kurniawan. S.Sos, M.Si;
Drs. H. Muhammad Idris DM, MM., M.Si*

The purpose of this study was to determine the SWOT strategy used by Gonggong crackers CV Kyria Rezeki Tanjungpinang City in increasing its sales volume. This research uses a qualitative research type. Information was collected using the methods of observation, interviews and documentation. The information obtained is processed and identified using the SWOT analysis technique. The results of the SWOT analysis show that Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Tanjungpinang City is in quadrant I, which indicates that the business has sufficient strength to be able to take advantage of existing opportunities. The strategy that can be used by the gonggong cracker business is to enlarge the large share, open a branch where sales and make product innovations or add flavor variants to the Gonggong cracker product at CV Kyria Rezeki Cracker Gonggong, Tanjungpinang City.

Keyword : *SWOT Analysis, Gonggong Crackers, Sales Volume*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis strategi SWOT Dalam meningkatkan volume penjualan pada usaha kerupuk gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak kesulitan yang penulis hadapi, namun dorongan, bimbingan, bantuan dan semangat dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada.

1. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, DEA, selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Ibu Dr. Hj. Asmaul Husna, S.E, Ak., MM., CA, selaku Dekan Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Bapak Abdul Jalal, S.E, M.Si, selaku Kepala Jurusan Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Bapak Roni Kurniawan S.Sos. M.Si selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi, serta kemudahan bagi penulis, sehingga penelitian skripsi ini selesai dengan baik.
5. Bapak Drs. H. Muhammad Idris DM, MM., M.Si selaku Dosen Pembimbing II sekaligus selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah bersedia

meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi, dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Segenap Dosen Universitas Maritim Raja Ali Haji yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan dan mengajarkan dengan ikhlas sehingga penulis mendapatkan ilmu pengetahuan yang nantinya bermanfaat bagi penulis dan masyarakat dalam perjalanan hidup dunia maupun di akhirat
7. Kedua orang tua penulis yaitu bapak Abdul Jamal dan ibu Khairiyah serta adik penulis yaitu Dhafa Ramadhan yang telah memberikan doa dan dukungan baik secara moral maupun material. Serta seluruh keluarga yang telah memberikan semangat, dan doa.
8. Bapak Achai, selaku pemilik usaha kerupuk gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang yang bersedia meluangkan waktu memberikan segala informasi terkait penelitian penulis sejak melakukan penelitian usaha Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki sampai selesai penelitian.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis sangat mengharapkan atas masukan saran dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Aamiin Ya Rabbal „Alamin.

Tanjungpinang, 27 Mei 2022

Muhammad Khairul Dafir

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN.....i

PERNYATAAN ORISINALITAS.....ii

ABSTRAK.....iii

ABSTRACT.....iv

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI.....vii

DAFTAR TABEL.....x

DAFTAR GAMBAR.....xi

BAB I ★ **PENDAHULUAN**.....1

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Identifikasi Masalah.....6

1.3 Perumusan Masalah.....7

1.4 Batasan Masalah.....7

1.5 Tujuan Penelitian.....7

1.6 Manfaat Penelitian.....8

1.7 Sistematika Penulisan.....8

BAB II **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**.....10

2.1 Kajian Pustaka10

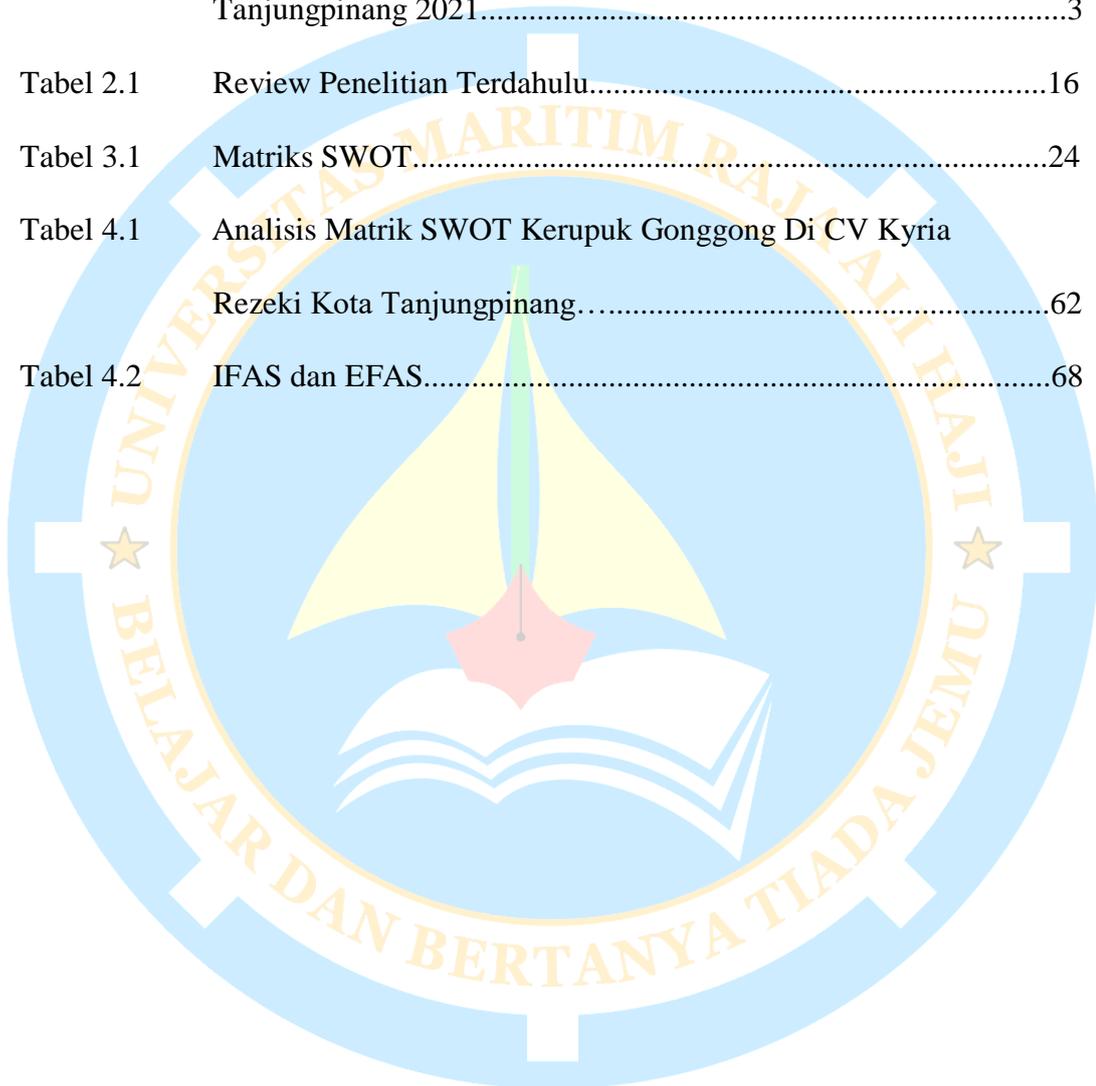
2.1.1 Kerupuk Gonggong.....10

| | |
|---|-----------|
| 2.1.2 Analisis Lingkungan Usaha..... | 10 |
| 2.1.3 Strategi SWOT..... | 11 |
| 2.1.3.1 Indikator Strategi SWOT | 12 |
| 2.1.4 Volume Penjualan..... | 14 |
| 2.1.4.1 Indikator Volume Penjualan..... | 15 |
| 2.1.4 Review Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 19 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 20 |
| 3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian..... | 20 |
| 3.2 Metode Penelitian | 20 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data..... | 20 |
| 3.3.1 Data Primer..... | 20 |
| 3.3.1.1 Observasi..... | 21 |
| 3.3.1.2 Wawancara (<i>Interview</i>)..... | 21 |
| 3.3.1.2.1 Pedoman Wawancara..... | 20 |
| 3.3.2 Data Sekunder..... | 22 |
| 3.4 Metode Penentuan Informan..... | 22 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 23 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 29 |
| 4.1 Deskripsi umum | 29 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang..... | 30 |

| | |
|---|-----------|
| 4.1.2 Struktur Organisasi..... | 31 |
| 4.1.3 Keadaan Usaha..... | 33 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 43 |
| 4.2.1 Instrument SWOT Pada Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang..... | 43 |
| 4.2.2 Penerapan Analisis SWOT Pada Usaha Kerupuk Gonggong di CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang..... | 58 |
| 4.3 Analisis Data..... | 61 |
| 4.4 Pembahasan..... | 70 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 73 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 73 |
| 5.2 Saran..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 74 |
| LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

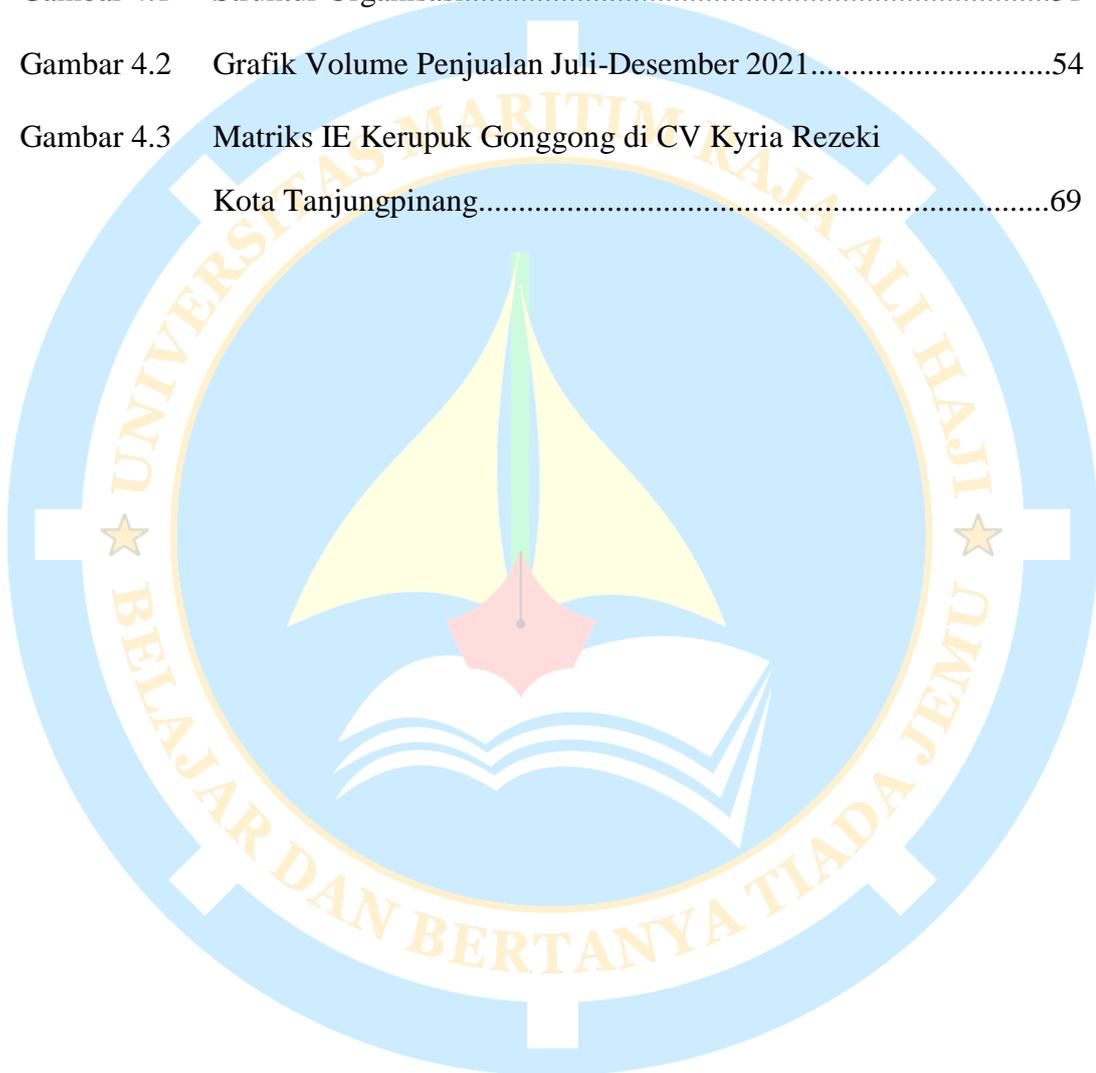
DAFTAR TABEL

| No. Halaman | Uraian | Halaman |
|-------------|---|---------|
| Tabel 1.1 | Nama Usaha Kerupuk Gonggong..... | 2 |
| Tabel 1.2 | Data Penjualan Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang 2021..... | 3 |
| Tabel 2.1 | Review Penelitian Terdahulu..... | 16 |
| Tabel 3.1 | Matriks SWOT..... | 24 |
| Tabel 4.1 | Analisis Matrik SWOT Kerupuk Gonggong Di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang..... | 62 |
| Tabel 4.2 | IFAS dan EFAS..... | 68 |



DAFTAR GAMBAR

| No. Halaman | Uraian | Halaman |
|-------------|---|---------|
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran..... | 19 |
| Gambar 3.1 | Matriks Internal-Eksternal | 27 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi..... | 31 |
| Gambar 4.2 | Grafik Volume Penjualan Juli-Desember 2021..... | 54 |
| Gambar 4.3 | Matriks IE Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang..... | 69 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menurut data (Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil 2021) diketahui jumlah penduduk di Indonesia adalah 273 juta jiwa, mempunyai peran begitu besar dalam menumbuhkan ekonomi, yaitu menyeimbangkan perekonomian, mengurangi kemiskinan, membuka peluang kerja baru dan dapat menyumbangkan devisa negara. Pertumbuhan sektor UMKM biasanya sering menjadi salah satu indikator keberhasilan pembangunan terutama bagi negara-negara dengan pendapatan per kapita rendah. Menurut data (Kementerian Koperasi dan UKM 2021) di Kepulauan Riau sendiri tercatat 112.421 UMKM yang telah terdaftar, terkhusus di Tanjungpinang berjumlah 19.993 UMKM. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa perekonomian di Kepulauan Riau didominasi oleh para pelaku UMKM. Hal ini menandakan bahwa UMKM menjadi salah satu usaha utama bagi masyarakat Kota Tanjungpinang. Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) mempunyai peran begitu besar dalam menumbuhkan ekonomi, yaitu menyeimbangkan perekonomian, mengurangi kemiskinan, membuka peluang kerja baru dan dapat menyumbangkan devisa Negara. Pertumbuhan sector UMKM biasanya sering terjadi salah satunya indikator keberhasilan pembangunan terutama bagi negara-negara dengan pendapatan per kapita rendah.

Pandemi covid-19 yang dirasakan saat ini merupakan akar masalah dari pada anjloknya sektor UMKM yang ada di Indonesia terutama industri kecil dilihat

dari Tingkat perkembangan sektor industri di Indonesia pada tahun triwulan I tahun 2022 masih relative rendah pada angka dibawah 3.77% dikutip dari kemenperin.go.id padahal dilansir dari sumber yang sama sebelum pandemic mampu tumbuh menunjukkan sekitar 7 persen hingga 9 persen.

Kota Tanjungpinang juga merupakan kota yang memiliki persaingan yang cukup ketat pada produk makanan mulai dari makanan ringan maupun makanan berat, terkhusus kerupuk olahan gonggong berdasarkan hasil observasi dilapangan tercatat ada 7 usaha sejenis dengan produk yang sama sebagai berikut .

Tabel 1.1
Nama Usaha Kerupuk Gonggong

| No | Nama Usaha |
|----|--|
| 1 | Kerupuk Sigong |
| 2 | Oleh-oleh Kepulauan Riau |
| 3 | Pusat Oleh-Oleh Tanjungpinang “Al Mubaraq” |
| 4 | Oleh-Oleh Khas Tanjungpinang |
| 5 | UMKM Tanjungpinang |
| 6 | Fartina |
| 7 | CemilanZamanNow |

Sumber : Pengamatan peneliti, 2022

Dapat di lihat dari tabel 1.1 semakin banyaknya usaha kerupuk gonggong yang ada di kota Tanjungpinang meunjukkan bahwa pesaing usaha sejenis semakin ketat. Menurut pemilik usaha kerupuk Gonggong dengan bermuculan usaha serupa di bidang kerupuk Gonggong membuat pesaing semakin banyak sehingga menuntut usahanya perlu memikirkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing agar dapat bertahan.

Kota Tanjungpinang merupakan kota yang memiliki persaingan yang cukup ketat pada produk makanan ringan maupun berat, khususnya kerupuk olahan gonggong berdasarkan hasil observasi di lapangan tercatat ada 7 usaha sejenis

dengan produk yang sama. Hal tersebut dapat di lihat pada data penjualan usaha kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sebagai berikut.

Tabel 1.2
Data Penjualan Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang 2021

| BULAN | JUMLAH PENJUALAN / BULAN |
|-----------|--------------------------|
| JULI | 130 PCS |
| AGUSTUS | 125 PCS |
| SEPTEMBER | 130 PCS |
| OKTOBER | 126 PCS |
| NOVEMBER | 125 PCS |
| DESEMBER | 140 PCS |

Sumber : Pemilik kerupuk CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang tahu 2021

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat terjadinya fluktuasi jumlah penjualan kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki selama 6 bulan terakhir pada tahun 2021. Menurut pak Bonak Chandra, hal tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu jumlah pesaing yang sama di miliki bisnis serupa dan sifatnya alamiah konsumen untuk menukar selera. Selain faktor-faktor ini, peneliti berpendapat dimana ada faktor-faktor lain yang sekiranya memiliki pengaruh akan strategi yang di lakukan CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

CV. Kyria rezeki merupakan usaha aneka kerupuk olahan hasil laut yang ada di Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau adalah CV. Kyria rezeki yang dipimpin langsung oleh Bapak Bonak Chandra, Produk/Kerupuk Gonggong daripada CV. Kyria Rezeki dipasarkan ke sebagian besar Rumah Makan yang ada di TanjungPinang dan Bintan, CV. Kyria Rezeki merupakan 1 dari 19.993 UMKM yang terdampak pandemi covid-19, tentunya dibutuhkan Kreatifitas, inovasi dan strategi untuk menghadapi dampak dari pada pandemi covid-19 hari ini.

Strategi yang relevan digunakan oleh CV. Kyria Rezeki yaitu dengan melihat Strategi Analisis SWOT Mengutip Hasil Penelitian (Farizan Renaldi, 2019) didapati bahwa *Strenght*/(Kekuatan) CV. Kyria Rezeki kota Tanjungpinang mempunyai strategi karena kerupuk itu disukai di Tanjungpinang dan potensi penjualan yang menguntungkan di karenakan Mayoritas masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan konsumsi kerupuk sehari-hari, dan tuntutan mereka akan terus menciptakan peluang pasar yang cukup besar bagi pertumbuhan bisnis pengelolaan kerupuk salak di masa mendatang. Harga jual produk akan tetap konstan untuk memungkinkan pertumbuhan bisnis jangka panjang yang berkelanjutan dengan manajemen yang baik.

Adapun *Weaknessess* (Kelemahan) CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang juga menghadapi persoalan ketidakmampuan untuk memenuhi permintaan produk dalam jumlah besar karena penggunaan peralatan manufaktur yang masih relatif sederhana, sulitnya saluran distribusi produk karena mahal biaya dan kurangnya mitra yang dapat menjualnya ke luar daerah. Dengan distribusi sederhana dengan biaya murah, infrastruktur pendukung yaitu pemanfaatan listrik yang sangat penting untuk pengolahan kerupuk, pengepakan, dan penimbunan bahan baku bantuan permodalan, mitra bisnis yang dapat diterima, dan pertumbuhan perusahaan di masa depan.

Mengenai *Opportunity*/(Peluang) CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang yang di hadapi Permintaan dari masyarakat yang masih kuat, membuka peluang pasar yang cukup besar bagi pengembangan usaha pengolahan kerupuk ikan di masa mendatang. Selain itu, harga jual produk yang stabil, memungkinkan

pengelolaan dan penggunaan pendapatan untuk mengembangkan bisnis permanen yang lebih besar. Terakhir, ada bank dan koperasi yang bersedia memberikan kredit untuk pengembangan usaha kerupuk ikan skala rumah tangga di masa mendatang.

Tidak hanya memikirkan peluang saja tetapi perusahaan harus berfikir sebuah ancaman agar perusahaan bisa mengantisipasi demi keberlangsungan perusahaan tersebut. adapun *Threats*/(Ancaman) CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang juga memiliki hambatan yang memiliki implikasi dan resiko yang cukup serius yakni bahan baku gonggong di dapat dari nelayan yang pada bulan oktober sampai april agak sulit, Selain persaingan pasar yang kurang kondusif yang menimbulkan permasalahan yang berdampak pada masyarakat, kondisi cuaca yang dapat mempengaruhi produksi produk antara lain penggunaan sinar matahari yang sangat menentukan dalam proses produksi karena dapat mengurangi jumlah produksi dan pendapatan yang diperoleh dengan cara ini. bisnis kerupuk kulit. serta konsumen yang peka terhadap harga, pada saat timbul masalah atau kenaikan harga produk, maupun proses produksi yang mengurangi penerimaan dan penggunaan teknologi baru dalam produksi yang kompetitif yang tidak dapat diimbangi dengan menguraikan usaha pengolahan aneka olahan kerupuk seafood pada medium- industri skala.

Dari keempat dari analisis yang telah di sebutkan di atas dapat memberikan gambaran mengenai keberadaan atau pengembangan usaha kerupuk gonggong yang di lakukan oleh CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang mengenai produk yang di hasilkan sehingga produk sudah di kenal oleh para konsumen.

Penggunaan sinar matahari, yang sangat penting dalam proses produksi karena dapat menurunkan jumlah output dan uang yang dihasilkan dengan cara ini, adalah kondisi cuaca lain yang dapat mempengaruhi produksi produk selain persaingan pasar negatif yang menyebabkan masalah yang mempengaruhi masyarakat. Dengan semakin banyaknya usaha mendorong pelaku usaha untuk memikirkan strategi khusus dalam usahanya agar bisa bersaing dengan yang lain oleh karena itu Usaha atau industri hanya dapat bertahan dalam kondisi apapun Apabila Pengusaha memiliki kemampuan membaca juga melakukan akses peluang-peluang pasar yang memiliki potensi dan memiliki prospek cerah. Agar dalam memasarkan produk terus berkembang dan ikut maju, baik diperhatikan dari segi diversifikasi produk, kualitas, maupun pasar. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan pengetahuan dan keterampilan pengusaha yang inovatif didukung akses terhadap informasi pasar yang luas juga dapat melibatkan masyarakat yang memiliki peran khususnya agar terbantunya pemasaran, produksi dan lain-lain.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka penulis tertarik dan bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong Di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang Varian Jenis Produk Sedikit

2. Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang Proses Produksi Lama
3. Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang Susahnya Saluran Pendistribusian Produk
4. Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang Perubahan Selera Konsumen

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis Strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan Pada Usaha kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang”.

1.4 Pembatasan Masalah

Dengan mempertimbangkan masalah yang ada, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan fokus mengkaji Analisis Strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan Pada Usaha kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan Usaha kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka hasil penelitian diharapkan bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang Analisis strategi SWOT dalam meningkatkan volume penjualan Pada Usaha Gonggong serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) sarjana Manajemen.
2. Bagi UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang bersangkutan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan untuk mengembangkan usaha di masa yang akan datang, mengenai strategi swot apa yang paling tepat digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.
4. Hasil penelitian ini diharapkan menambah perbendaharaan kepustakaan Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang, khususnya Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen, sehingga dapat digunakan sebagai referensi, bahan acuan, dan tambahan bagi peneliti-peneliti dimasa yang akan datang untuk meneliti lebih lanjut

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis bagi pembaca dalam memahami ini. Masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian, batas penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Bab kedua didalamnya mengemukakan serta menjelaskan tentang hal-hal yang mendasari penelitian ini yang terdiri dari teori-teori ilmu pengetahuan yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian ini, hasil-hasil penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian yang memberikan gambaran yang akan diteliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel perusahaan yang diteliti, jenis dan sumber data yang akan dipakai, metode pengumpulan data serta metode analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat memuat tentang hasil Penelitian (analisa data), pengujian asumsi klasik serta pembahasan teoritik baik secara kualitatif dan statistik.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima berisi tentang kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah, serta berisi tentang saran dan keterbatasan penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

Dalam bagian ini akan disajikan tentang teori-teori yang berkaitan terhadap variabel yang akan peneliti teliti, yaitu variabel kerupuk gonggong, analisis lingkungan usaha, strategi SWOT dan volume penjualan.

2.1.1 Kerupuk Gonggong

Kerupuk gonggong merupakan makanan yang terbuat dari daging siput gonggong daging di haluskan pakai blender baru di campur ke adonan kerupuk yang antara lain tapioca, garam bawang putih dan air. Makanan pendamping ini sudah populer di kawasan kepulauan riau, berbagai kota di sumatera dan jawa, tetapi juga di luar negeri seperti singapura, Malaysia , hongkong dan jepang.

Kerupuk gonggong ini sangat unik karena kerupuk gonggong ini asli dari kepulauan riau dan masyarakat setempat maupun luar suka dengan kerupuk gonggong tersebut. kerupuk gonggong sengaja di buat agar bisa di jadikan makanan pendamping maupun oleh-oleh khas kepulauan riau. Kerupuk gonggong di kemas menjadi satu produk dengan varian pesan dan original. Satu harga produk yang sudah bisa di makan dengan harga Rp. 15.000 saja. Sedangkan yang masih mentah di bandrol dengan harga Rp. 55.000 per produk.

2.1.2 Analisis Lingkungan Usaha

Dengan melakukan analisis lingkungan berarti membuka peluang kepada perencanaan strategi dalam mengantisipasi peluang dan pembuatan rencana untuk melakukan respon dalam memilih peluang tersebut. Hal tersebut turut memberikan

bantuan dalam perencanaan strategi untuk melakukan pengembangan sistem peringatan dini untuk menghindari ancaman atau melakukan pengembangan strategi yang bisa membuat perubahan ancaman menjadi keuntungan usaha.

Dengan kata lain, lingkungan bisnis adalah sekelompok faktor dalam masyarakat yang lebih besar yang berdampak pada industri dan bisnis yang merupakan bagian darinya.

2.1.3 Strategi SWOT

Menurut (Johnson dan Scholes, 2016), strategi adalah arah dan fokus jangka panjang organisasi yang menghasilkan keuntungan bagi bisnis dengan mengkonfigurasi sumber daya di lingkungan yang sulit, untuk memenuhi tuntutan pasar dan harapan pemangku kepentingan. (Kotler, 2019) mendefinisikan analisis SWOT sebagai “penilaian terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman”.

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) mempertimbangkan sejumlah variabel untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada penalaran yang dapat memanfaatkan kelebihan dan kekuatan sekaligus mengatasi ancaman dan kekurangan (Budiman, 2020).

Kemampuan pembuat strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan, memanfaatkan peluang, serta berperan sebagai alat untuk menekan kelemahan-kelemahan yang ada dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang muncul dan harus dihadapi, itulah yang memungkinkan analisis SWOT digunakan untuk melakukan analisis strategis. Dalam analisis SWOT data yang dikumpulkan peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

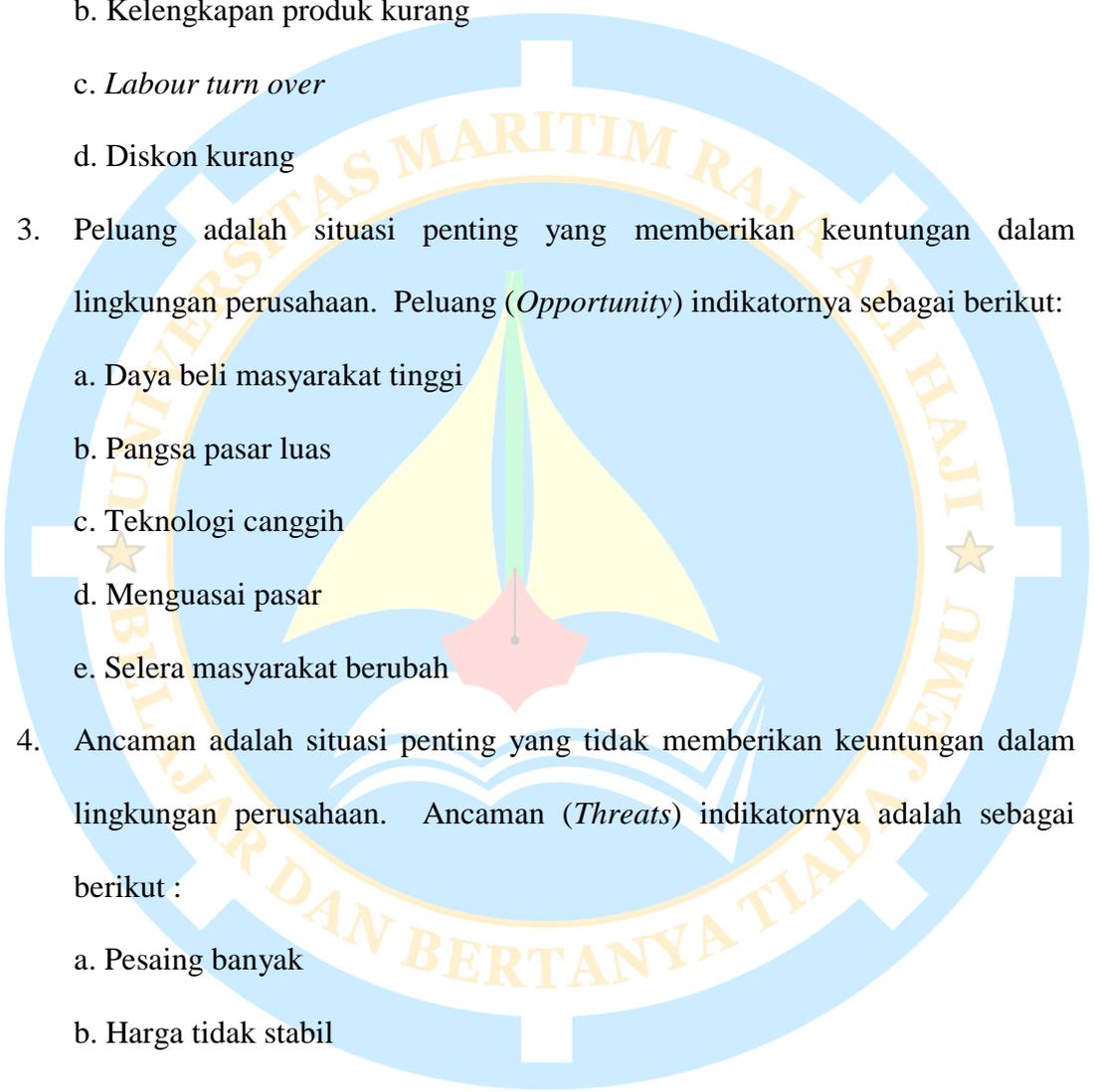
1. Menganalisis kekuatan yang terdapat pada perusahaan
2. Menganalisis kelemahan yang terdapat pada perusahaan
3. Menganalisis peluang yang terdapat pada perusahaan
4. Menganalisis ancaman yang terdapat pada perusahaan

Menemukan strategi keseluruhan perusahaan adalah tujuan utama strategi SWOT. Dalam pendekatannya, hampir setiap perusahaan atau pengamat bisnis banyak menggunakan analisis SWOT. Tren ini, yang terkait dan bergantung satu sama lain, tampaknya tumbuh. Analisis SWOT sekarang umum digunakan dalam perencanaan bisnis (Strategic Business Planning), yang berupaya membangun strategi jangka panjang agar arah dan tujuan perusahaan dapat tercapai dengan jelas dan dapat diadopsi dengan cepat. Itu tidak lagi hanya digunakan untuk menghasilkan taktik untuk medan perang. Keputusan dan semua modifikasi mereka dalam menghadapi saingan.

2.1.3.1 Indikator Strategi SWOT

Menurut Hubeis & Najib (2015:154-155) indikator analisis SWOT terdiri dari *Strength, Weakness, Opportunity, Threats*.

1. Kekuatan merupakan sumber kemampuan, di samping kelebihan lainnya. Kekuatan (*Strength*) indikatornya sebagai berikut :
 - a. Jaringan pemasaran
 - b. Reputasi
 - c. Segmen pasar
 - d. Pelayanan
 - e. Tempat yang strategis

2. Kelemahan adalah pembatasan atau kekurangan dalam sumber daya, bakat, dan pengetahuan yang secara serius mengganggu fungsi bisnis. Kelemahan (*Weakness*) indikatornya sebagai berikut :
- Lahan parkir
 - Kelengkapan produk kurang
 - Labour turn over*
 - Diskon kurang
3. Peluang adalah situasi penting yang memberikan keuntungan dalam lingkungan perusahaan. Peluang (*Opportunity*) indikatornya sebagai berikut:
- Daya beli masyarakat tinggi
 - Pangsa pasar luas
 - Teknologi canggih
 - Menguasai pasar
 - Selera masyarakat berubah
4. Ancaman adalah situasi penting yang tidak memberikan keuntungan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman (*Threats*) indikatornya adalah sebagai berikut :
- Pesaing banyak
 - Harga tidak stabil
 - Promosi pesaing
 - Munculnya pesaing baru
 - Harga promosi pesaing
- 

2.1.4 Volume Penjualan

Berhasil tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari kondisi volume penjualan secara keseluruhan. Volume penjualan juga sebagai salah satu bentuk kinerja perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya, tujuan utama dari perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Salah satunya ialah dengan meningkatkan volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Basu Swasta (2017:31), volume adalah suatu indikasi mengenai luasnya kapasitas penggunaan, yang diukur dengan selisih antara *fixed overhead* yang semula dianggarkan dan ditentukan untuk tingkat produksi yang sesungguhnya dicapai. Jika *overhead* tetap yang dihitung lebih rendah dari pada yang semula dianggarkan, akan timbul varians volume yang mengunutkan yang menunjukkan bahwa organisasi beroperasi dengan kapasitas yang lebih rendah dari pada tingkat yang direncanakan.

Menurut Philip Kotler (2016:9), penjualan adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas merupakan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Swastha (2016:141), volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk selama jangka tertentu, dan hasil yang diperoleh dari *market share* (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial, yang dapat terdiri dari kelompok teritorial dan kelompok pembeli saham jangka waktu tertentu.

2.1.4.1 Indikator Volume Penjualan

Menurut Philip Kotler yang dikutip Swastha dan Irawan, ada beberapa indikator dari volume penjualan yaitu sebagai berikut:

1. Mencapai Volume Penjualan

Volume penjualan menurut Kotler (2018:179) mengklaim bahwa itu menampilkan jumlah produk yang terjual selama periode waktu tertentu. Menurut (Swasta, 2017) Penjualan adalah pertemuan tatap muka antara orang-orang dengan tujuan membangun, meningkatkan, atau melestarikan hubungan pertukaran yang menguntungkan bagi pihak lain.

Untuk mengiklankan produknya secara efektif dan menghasilkan penjualan yang tinggi, perusahaan harus mempertimbangkan bauran pemasaran. Kapasitas perusahaan untuk menjual barang-barangnya mempengaruhi kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan; jika tidak mampu melakukannya, ia akan menderita kerugian.

2. Mendapatkan Laba

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh J Wild, KR Subramanyan, bahwa : “Laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian. Laba merupakan salah satu pengukuran aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akural”.

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Hendrikson yang diterjemahkan oleh Suwarjono, bahwa : “Laba adalah selisih dari pendapatan dan biaya, dimana jumlah pendapatan lebih besar dari pada biaya”. Sedangkan pengertian laba menurut pendapat yang dikemukakan oleh Sumbramayan, (2016:25),

menyatakan bahwa: “Laba (*earnings*) atau laba bersih (*net income*) mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat”.

Untuk membujuk investor menginvestasikan uangnya dalam rencana pertumbuhan perusahaan, ia harus dapat menghasilkan keuntungan; jika tidak, investor akan menarik uangnya jika profitabilitas perusahaan buruk.

3. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan

Kallapur & Trombley, (2016:58) menekankan bahwa kapasitas organisasi untuk menumbuhkan ukurannya melalui aktivitas yang lebih tinggi adalah apa yang dimaksud dengan "pertumbuhan bisnis".

Volume penjualan untuk bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan untuk mendanai ekspansi akan meningkat sebagai akibat dari kapasitas perusahaan untuk menjual produknya, dan bisnis akan bertahan di tengah persaingan yang semakin sengit antar bisnis.

2.2 Review Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang relevan bagi peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Review Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|---------------|--|--|
| 1 | Santy (2020) | “Analisis SWOT pada Rumah Makan Cihui Vegetarian untuk Meningkatkan Volume Penjualan.” | Strategi yang efektif adalah taktik pemasaran yang menggunakan diskon, iklan cetak dan media sosial, dan keduanya. |

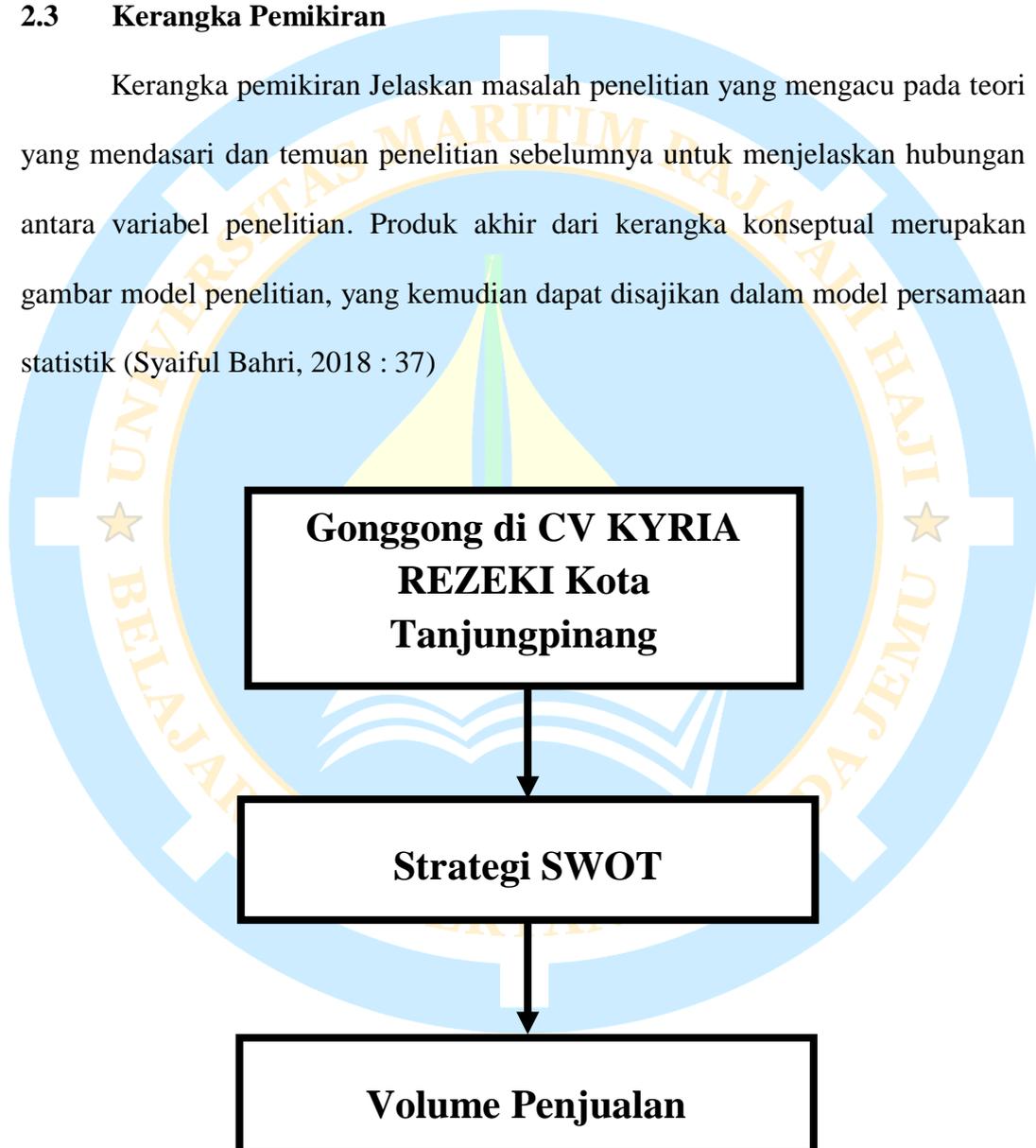
| | | | |
|---|--|---|---|
| 2 | Rifkiawan Baba, (2019) | “Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D’philocoffee Di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.” | Dengan penggunaan analisis SWOT, Kedai Kopi D’PHILOCOFFEE dapat menggunakan pendekatan SO (strengths-opportunities), yang mencakup pelestarian dan peningkatan kualitas produk, terus menciptakan item baru, dan menjunjung tinggi hubungan pelanggan yang positif. |
| 3 | Riska Imroatul Masruroh, (2020) | “Analisis Swot (Strength, Weaknesses, Opportunities, Treats) Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Pada UD. BERKAH TANI Rejotangan Tulungagung).” | Perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk meningkatkan omzet penjualan dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang untuk meminimalkan atau mencegah kelemahan dan ancaman yang mungkin terjadi di masa depan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya masyarakat yang memiliki lahan pertanian yang ditanami jagung dan semakin banyaknya masyarakat sekitar yang memiliki usaha peternakan. |
| 4 | Ardiyanta, (2013) | “Analisis Strategi SWOT untuk Meningkatkan Volume pada Per- usahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap.” | Analisis SWOT membantu per- usahaan untuk membuat rencana yang ideal dalam upaya mendongkrak pendapatan. |
| 5 | Permata & Aini, (2020) | “Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Produk dengan Matrik BCG dan SWOT Analisis”. | Perusahaan bisnis ini berada di kuadran II, maka harus menerapkan strategi pertumbuhan dan pengembangan. |

| | | | |
|----|-----------------------------|---|--|
| 6 | Latif, (2021) | “Strategi Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Rumah Makan Padang Raya Santiago Sario Manado.” | Strategi pengembangan pasar, pengembangan produk, penetrasi pasar, integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan diversifikasi konsentris merupakan jenis-jenis strategi yang cocok untuk Rumah Makan Padang Raya di Kecamatan Sario Manado karena penelitian ini berada pada kuadran I yang mendukung pertumbuhan yang agresif. |
| 7 | Sulaiman (2019) | Analisis SWOT dalam meningkatkan volume penjualan pada UD sukron Desa Gragalan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung | Dengan Penggunaan analisis Swot, UD Sukron Tulungagung dapat menggunakan strategi SO(strength-opportunities) yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, selalu berinovasi pada produk yang di tawarkan dan mempertahankan hubungan baik kepada konsumen. |
| 8. | Miftahul Ulum, (2019) | Analisis Strengths Weaknesses Opportunities Treats Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Nugget Pisang Manabanana Kapatihan Tulungagung | Hasil dari penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis SWOT yang di dalamnya berisis kolaborasi antara faktor internal dan faktor eksternal perusahaan pada outlet manabanana kepatihan tulungagung dengan penggunaan analisis SWOT, maka outlet manabanana kepatihan tulungagung dapat menggunakan strategi SO (strengths-opportunities) yaitu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk maupun pemberian service |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | kepada konsumen. Selalu berinovasi pada produk yang di tawarkan, mempertahankan hubungan yang baik dengan konsumen. |
|--|--|--|---|

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran Jelaskan masalah penelitian yang mengacu pada teori yang mendasari dan temuan penelitian sebelumnya untuk menjelaskan hubungan antara variabel penelitian. Produk akhir dari kerangka konseptual merupakan gambar model penelitian, yang kemudian dapat disajikan dalam model persamaan statistik (Syaiful Bahri, 2018 : 37)



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Strategi SWOT yang di terapkan dalam meningkatkan volume penjualan Pada Usaha Gonggong di CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara kepada Pimpinan CV. Kyria Rezeki bapak bonak pemilik usaha tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif sebagai metodologi penelitian utama. Metode kualitatif, yang didasarkan pada filosofi postpositivis dan digunakan untuk memeriksa kondisi objek alam, menggunakan peneliti sebagai instrumen utama, purposive sampling sumber data, triangulasi sebagai teknik pengumpulan data, analisis data induktif, dan hasil yang menempatkan lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Sugiyono (2018; 8).

3.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara (Syaiful Bahri, 2018 : 81). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi

terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

Dalam penelitian ini terdapat data primer yang diperoleh dengan cara :

3.3.1.1 Observasi

Pengamatan atau observasi adalah kegiatan suatu proses atau item dengan mendeteksi, memahami, dan kemudian mengetahui suatu fenomena berdasarkan pengetahuan dan konsep yang telah ada sebelumnya, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk melanjutkan penelitian. Dalam penelitian, tes, angket, rekaman gambar dan suara, dan observasi semua bisa dilakukan.

Husein (2018:51), mengemukakan bahwa observasi adalah metode atau strategi untuk mengamati secara langsung objek data untuk mengumpulkan data primer. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian yaitu pemilik Usaha Gonggong CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

3.3.1.2 Wawancara (*Interview*)

Menurut Hartono (2017:144), mengemukakan bahwa wawancara (*interview*) adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan komunikasi antara peneliti dengan pemilik Usaha Gonggong CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

3.3.1.2.1 Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara merupakan hal penting yang dipersiapkan sebelum mengumpulkan data dengan wawancara. Dengan adanya pedoman wawancara, maka wawancara yang dilaksanakan dapat mempermudah aspek-aspek yang digali dan diteliti secara mendalam dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang

diperlukan. Sehingga, peneliti menemukan fakta-fakta dan informasi yang dibutuhkan. Pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu tentang Analisis SWOT Pada Usaha Gonggong di CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. Sumber data yang diperlukan yaitu pemilik Usaha Gonggong CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dan melalui media perantara, yaitu informasi yang telah tersedia dan telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder diperoleh melalui prosedur dokumentasi dan disajikan sebagai dokumen perusahaan, baik publik maupun tidak dipublikasikan (Syarif Bahri, 2018 : 82).

3.4 Metode Penentuan Informan

Peneliti harus benar-benar memahami dan ahli terhadap subjek penelitian serta terlibat langsung di dalamnya dipilih sebagai informan dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang di teliti informan di ambil dengan menggunakan purposive sampling, yaitu praktik pengambilan sampel sumber data dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Faktor spesifik tersebut antara lain informan atau ahli yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita antisipasi, atau mungkin dia adalah seseorang yang menonjol sehingga mempermudah peneliti menjelajah situasi sosial yang diteliti, sampel sumber data dalam penelitian ini informan penelitian meliputi beberapa macam yaitu:

1. Informan Kunci (*key informan*) merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang di perlukan dalam penelitian.

2. Informan utama merupakan mereka yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang di teliti.
3. Informan tambahan adalah orang-orang yang dapat menawarkan data tanpa memiliki peran langsung dalam interaksi sosial yang diteliti.

Dalam penellitian ini, penulis menggunakan informan kunci, informan utama dan informan tambahan yaitu sebagai berikut:

1. Informan Kunci (*Key Informan*) Merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini adalah pemilik CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.
2. Informan utama dalam penelitian ini yaitu karyawan usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang
3. Informan Tambahan Secara khusus, individu yang memberikan data baik secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan interaksi sosial yang diselidiki. Pembeli merupakan informan tambahan dalam penelitian ini.

3.5 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, Penulis menggunakan analisis deskriptif, yaitu analisis yang dilakukan untuk mendapatkan kesimpulan dari data yang diterima atau dikumpulkan dalam bentuk uraian atau pandangan. Penulis dalam hal ini melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT ini

akan mempertimbangkan dan mengkaji beberapa aspek, baik internal maupun eksternal.

Cara kerja analisis SWOT memanfaatkan matriks adalah dengan memasukkan aspek lingkungan eksternal pada sel vertikal sebagai peluang dan ancaman serta faktor lingkungan internal sebagai kekuatan dan kelemahan pada sel horizontal. Strategi alternatif yang dihasilkan oleh analisis SWOT kemudian dapat diamati dari sel-sel yang tersisa yang menggabungkan aspek internal dan eksternal. Sel strategi SO akan tercipta ketika kekuatan internal dan prospek bisnis digabungkan. Sel strategi WO akan dibuat oleh sel yang menggabungkan kekurangan internal dengan kemungkinan eksternal. Sel strategi WT akan dibuat oleh sel yang menggabungkan faktor internal dan ancaman eksternal. Berikut adalah penjelasan dari matriks SWOT:

Tabel 3.1
Matrik SWOT

| | | |
|----------------------------------|--|--|
| Faktor Internal | <i>Strengths (S)</i> | <i>Weakness (W)</i> |
| Faktor Eksternal | Tentukan beberapa faktor kekuatan | Tentukan beberapa faktor kelemahan |
| <i>Opportunities (O)</i> | Strategi SO | Strategi WO |
| Tentukan beberapa faktor peluang | Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang |
| <i>Threats (T)</i> | Strategi ST | Strategi WT |
| Tentukan beberapa faktor ancaman | Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman | Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Sumber: Freddy Rangkuti (2017: 31)

Dari hasil analisis SWOT akan dihasilkan empat alternatif strategi (Rangkuti, 2017:31) yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh manajemen perusahaan, yaitu:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini memanfaatkan kemungkinan yang ada di luar perusahaan dengan memanfaatkan kemampuan internal perusahaan. Oleh karena itu, jika suatu perusahaan memiliki kelemahan, ia harus dapat mengatasinya. Namun, jika sebuah perusahaan menghadapi ancaman, ia harus berusaha untuk menghindarinya dan fokus pada peluang yang ada.

2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini memanfaatkan peluang eksternal, berupaya mengurangi kekurangan internal perusahaan. Itu bergantung pada bagaimana manajemen perusahaan mengimplementasikan rencana ini karena kekurangan internal seringkali dapat mempersulit bisnis untuk menangkap peluang.

3. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal.

4. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini adalah strategi perlindungan yang berfokus pada melemahkan karakter sendiri dan menangkal bahaya. Korporasi yang terancam baik dari dalam maupun dari luar benar-benar berada dalam situasi genting dan harus berjuang untuk bertahan hidup.

Untuk mengetahui gambaran strategis perusahaan agar bisa ditentukan strategi yang tepat, digunakan IE-Matrik. Sebelum membuat IE-Matrik, terlebih dahulu dilakukan perhitungan skor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Skor merupakan hasil perkalian antara bobot dan rating (Rangkuti, 2017: 25).

Bobot ditentukan berdasarkan kriteria menurut (Umar, 2016:250) sebagai berikut:

0,00 – 0,05 = Pengaruh kecil

0,06 – 0,10 = Pengaruh sedang

0,11 – 0,15 = Pengaruh besar

0,16 – 0,25 = Pengaruh sangat besar

Adapun rating kekuatan dan kelemahan ditentukan berdasarkan kriteria menurut (Umar, 2014:64) sebagai berikut:

1 = Kelemahan utama

2 = Kelemahan yang kecil

3 = Kekuatan yang kecil

4 = Kekuatan utama

Adapun rating peluang dan ancaman ditentukan berdasarkan kriteria menurut Umar (Umar, 2016:65) sebagai berikut:

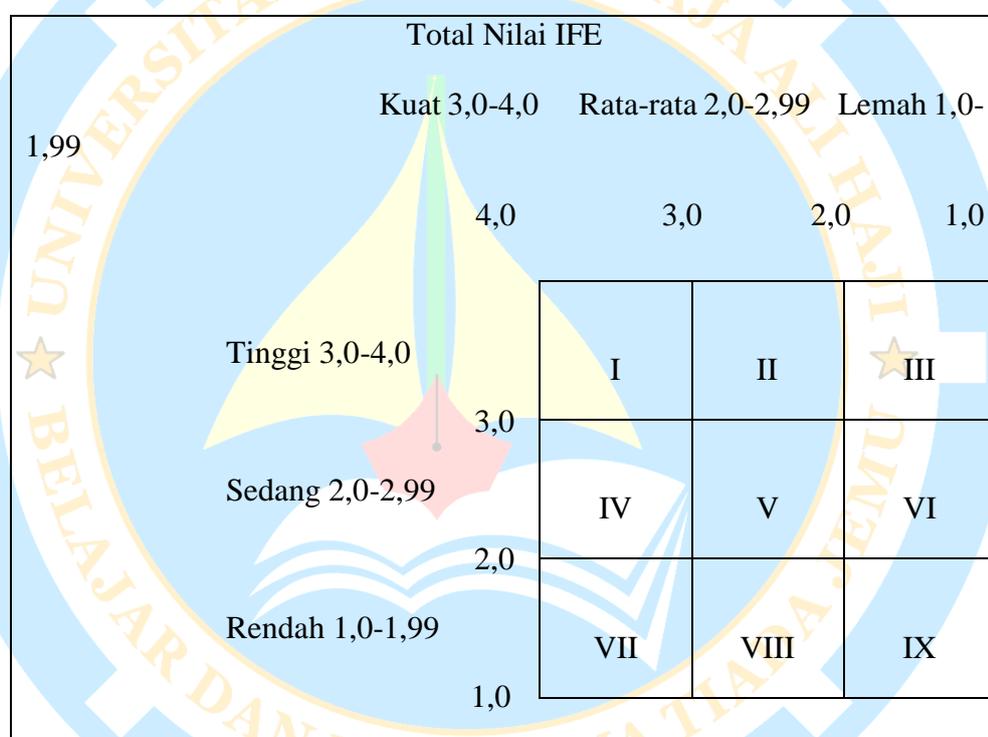
1 = Memiliki peluang yang sangat sedikit atau ancaman yang sangat besar

2 = Memiliki peluang yang sedikit atau ancaman yang besar

3 = Memiliki peluang yang besar atau ancaman yang kecil

4 = Memiliki peluang yang sangat besar atau ancaman yang sangat kecil

Total skor matriks IFAS pada sumbu X (horizontal) dan skor total matriks EFAS pada sumbu Y membentuk dua dimensi matriks IE. Pada sumbu X matriks IE, ada tiga skor: 1,0 hingga 1,99, yang menunjukkan posisi internal yang buruk; 2,0 hingga 2,99, yang menunjukkan posisi rata-rata; dan 3,0 hingga 4,0, yang menunjukkan posisi internal yang kuat. Mirip dengan sumbu X, posisi eksterior dengan skor antara 1,0 dan 1,99 dianggap rendah, 2,0 hingga 2,99 dianggap sedang, dan 3,0 hingga 4,0 dianggap tinggi.



Gambar 3.1
Matrik Internal-Eksternal

Analisa matrik internal-eksternal menurut Umar (2016: 236) memiliki tiga implikasi strategi yang berbeda yaitu:

1. Pada sel I, II, atau IV dapat digambarkan sebagai tumbuh dan bina (*grow and build*). Strategi-strategi yang cocok adalah strategi intensif seperti *market*

penetration, market development, dan product development atau terintegrasi seperti *backward integration, forward integration, dan horizontal integration*.

2. Pada sel III, V, atau VII paling baik dikendalikan dengan strategi-strategi pertahankan dan pelihara (*hold dan maintain*). Strategi-strategi yang umum dipakai yaitu strategi *market penetration* dan *product development*.
3. Pada sel VI, VIII, atau IX dapat menggunakan strategi panen atau divestasi.

3.5.1 Pengujian Kredibilitas Data

Pengujian Kredibilitas data pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas data ini di artikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara dan berbagai waktu (Wiliam wiersma, dalam sugiyono 2019:273). Teknik triangulasi adalah teknik pengujian kredibilitas data yang memanfaatkan sesuatu hal yang di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data tersebut. Teknik triangulasi yang di gunakan yaitu :

3.5.1.1 Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber ialah pengecekan kembali data yang diperoleh dari melalui beberapa sumber antara informan kunci, informan utama, dan informan tambahan.

3.5.1.2 Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kreditebilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dan teknik yang berbeda. Dimana peneliti melakukan wawancara lalu di cek dengan observasi dan dokumentasi. Bila menghasilkan data yang sama maka data tersebut bisa di katakan kredibel.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Umum dan Sejarah Berdirinya Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

4.1.1 Sejarah Usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki

Usaha Bapak Bonak Chandra merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kerupuk gonggong. Pemilik usaha Kerupuk Gonggong yang di dirikan sejak tahun 1988. Beralamat di JL. Merpati Gg. Galak RT.03/RW. 9 Batu IX Tanjungpinang Kepulauan Riau, sebagai outlet oleh-oleh khas Tanjungpinang yaitu CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. Usaha ini merupakan usaha paling lama berdiri yang ada di kawasan tanjungpinang. Pada awal berdirinya usaha ini bernama CV Sumber Rezeki namun pada tahun 2014 dan di ganti bernama CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. Usaha ini berawal dari belajar dari sodara saya di Palembang selama 2 tahun, ada kemauan untuk berwirausaha dan peluang yang ada di tanjungpinang ini besar dari situ saya bergerak dan muncul ide untuk memproduksi kerupuk gonggong yang lebih tahan lama makan bapak bonak Chandra memutuskan untuk membuka usaha yang di beri nama CV Kyria Rezeki. Seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Bonak Chandra pemilik CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... Berawal dari saya bekerja bersama teman di Tanjungpinang masih bujang dan sampai saya berkeluarga, jadi saya di ajak dengan adik saya di Palembang, Sesudah ke Palembang di sana saya belajar dengan adik saya melihat kesempatan di Tanjungpinang membuat kerupuk bagus, Jadi saya belajar dahulu di Palembang, untuk belajar membuat kerupuk selama hampir 2 tahun, Setelah itu saya balik lagi ke tanjungpinang untuk memulai membuka usaha tersebut .

Awal berdiri pemilik memproduksi dengan jumlah kecil dan mempunyai konsumen yang sedikit, dimana hanya menitipkan di warung warung terdekat. Sehingga sampai saat ini perkembangan usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang di katakan cukup sangat baik.

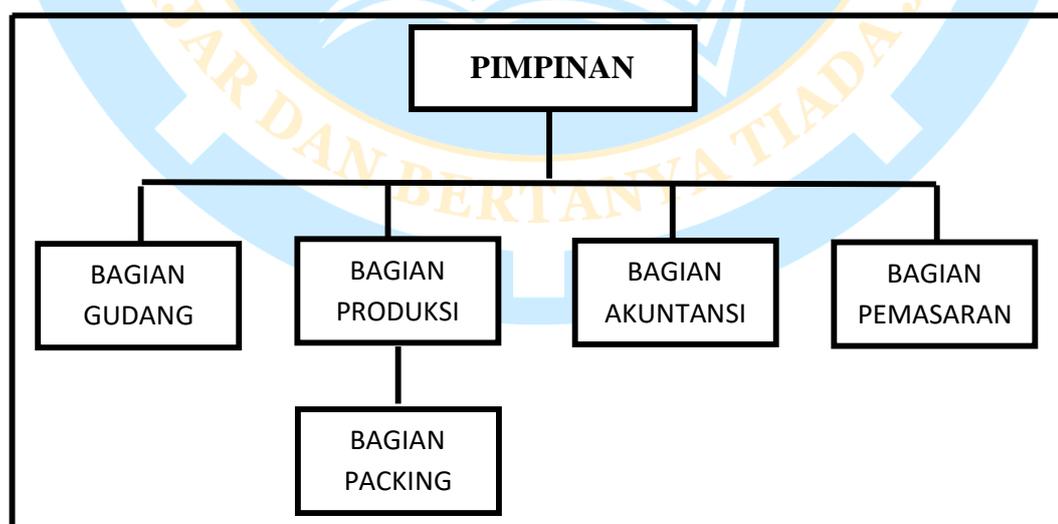
Kerupuk gonggong merupakan salah satu jajanan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, tidak hanya sebagai cemilan tapi juga sesekali sebagai lauk saat menyantap hidangan utama. Ada banyak jenis kerupuk yang berbeda, seperti kerupuk kulit kayu, tetapi kebanyakan orang hanya mengenal gonggongan makanan laut ketika makanan laut bisa dibuat menjadi kerupuk gonggong. Pemilik CV Kyria Rezeki, Bapak Bonak Chandra, Kota Tanjungpinang, mengatakan sebagai berikut.

“... Kerupuk gonggong ini terbuat dari daging siput Gonggong yang sudah di rebus di ambil dari dalam cangkangnya lalu di haluskan memakai mesin supaya daging gonggong tersebut dapat di olah. Setelah selesai dihaluskan kemudian siapkan bumbu yang di akan di adon menggunakan mesin pengadon yaitu dengan menggunakan bumbu (tepung tapioka, cae, gara, gula, penyedap rasa, dan minyak goreng nabati), kemudian di tambahkan air panas agar adonan kerupuk gonggong merekat sempurna, tinggal giling adonan sampai tercampur rata, Selanjutnya giling dan bentuk bola besar ditambakan tepung-tepung agar adonan padat dan kalis, Selanjutnya adonan kerupuk gonggong di cetak dengan menggunakan bantuan mesin tinggal di masukan adonan dan nyalakan mesin untuk proses menjadi bentuk sosis panjang, Kemudian tampung adonan menggunakan papan lalu di hamburkan tepung dan di gulung supaya tidak lengket, Setelah isi rak sudah penuh kemudian di kukus dengan menggunakan wajan besar selama setengah jam, Setelah sudah siap lalu angkat kukusan dan pindahkan adonan kerupuk dalam nampan berlubang agar adonan kering dan tidak menempel, Selanjutnya jemur adonan selama seharian tetapi jangan di jemur adonan terlalu kering agar adonan kerupuk gonggong tidak keras. Setelah sudah kering adonan di angkat lalu di potong menggunakan mesin dan di goreng dua kali di wajan yang berbeda.

Kerupuk gonggong yang awal mulanya seafood gonggong yang tidak bisa diolah hanya sekedar di makan dan sekarang bisa di olah menjadi kerupuk gonggong yang berkualitas.

Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki ini memiliki dua jenis varian kerupuk gonggong rasa original dan pedas. Harganya yaitu Rp. 15.000/Produk dengan berat 35gr dan untuk harga kemasan Rp. 22.00/produk dengan berat 80gr sedangkan kerupuk gonggong mentah di bandrol dengan harga Rp. 55.000/Produk dengan berat 250gr dan untuk harga kemasan Rp. 100.000/produk dengan berat 500gr. Untuk ketahanan Kerupuk Gonggong ini bisa bertahan selama 6 bulan jika di sajikan keadaan sudah matang dan kerupuk gonggong yang belum di masak atau masih mentah dapat bertahan hingga 2 tahun. Kerupuk gonggong CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang ini bukan hanya di minati oleh warga Tanjungpinang saja, tetapi sudah meranah kebanyakan tempat seperti Bintan, Batam, Singapura dan Malaysia.

4.1.2 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur organisasi CV Kyria Rezeki

Keterangan Struktur Organisasi

Adapun fungsi dan tugas dari organisasi adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan

- a. Bertugas untuk menetapkan prosedur kegiatan agar mencapai sasaran yang ditetapkan oleh usaha tersebut.
- b. Bertugas dalam pembagian kerja setiap bagiannya masing-masing.
- c. mengorganisasikan dan mengarahkan kegiatan tersebut.
- d. melaksanakan pengawasan dan melakukan evaluasi terhadap kegiatan tersebut.
- e. mengadakan rapat dan mengambil keputusan untuk usaha.

2. Bagian Gudang

- a. Melakukan pencarian dan pembelian barang keperluan produksi.
- b. Mengecek kembali bahan-bahan yang dipakai untuk produksi.
- c. Membuat form bahan baku yang terpakai untuk keperluan perhitungan harga pokok produksi.

3. Bagian Produksi

- a. Melaksanakan kegiatan produksi kerupuk.

4. Bagian Packing

- a. Membantu bagian produksi dalam proses packing kerupuk.

5. Bagian Akuntansi

- a. Bertanggung jawab atas keuangan perusahaan.

- b. Memegang keuangan perusahaan untuk mengeluarkan biaya-biaya perusahaan
- c. Mencatat transaksi usaha.
- d. Membuat bukti-bukti transaksi atas pengeluaran biaya tersebut.
- e. Mengarsip bukti-bukti transaksi yang akan di serahkan ke bagian pembukuan.
- f. Melakukan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual sekaligus membuat laporan-laporan pengeluaran dan pemasukan

6. Bagian Pemasaran

- a. Mendistribusikan produk ke *costomer*

4.1.3 Keadaan Usaha

a. Lokasi Usaha

Usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini berlokasi di JL. Merpati Gg. Galak RT.03/RW. 9 Batu IX Tanjungpinang Kepulauan Riau, lokasi usaha ini bisa di katakan cukup strategis karena dekat dengan penduduk sehingga mempermudah masyarakat menjumpai usaha kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

b. Tenaga Kerja

Salah satu masalah terbesar di negara berkembang dengan populasi besar, seperti Indonesia, adalah pengangguran struktural yang sangat tinggi. Masalah ini muncul karena sistem ekonomi saat ini telah gagal untuk menghasilkan pekerjaan yang cukup layak untuk mempekerjakan angkatan kerja seperti yang ada saat ini. Hanya pembangunan daerah, yang bertujuan untuk mencapai kemajuan ekonomi

dan sosial melalui penciptaan kesempatan kerja dan pengangguran di atas landasan yang mendasar dan tepat, yang dapat mengatasi masalah pengangguran seperti ini. Perencanaan yang efektif diperlukan untuk pertumbuhan tersebut, yang pada gilirannya harus mengatasi masalah ketenagakerjaan.

Kebutuhan tenaga kerja yang ada di sekitaran tempat usaha di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sederhana untuk diselesaikan mengingat banyaknya penduduk lokal usia kerja yang masih pengangguran di karenakan kesulitan mencari kerja. Dengan demikian pemilik usaha tidak kesulitan lagi dalam mencari karyawan untuk di pekerjakan. Saat ini jumlah karyawannya berjumlah 10 orang serta sekaligus membantu mengeluarkan dari cangkang, pengolahan gonggong, penjemuran serta dalam proses produksi dan penjualan. Pada hari-hari besar seperti Hari Tahun Baru, Hari Raya Idul Fitri dan hari-hari besar lainnya pemilik usaha akan menambah karyawan untuk memenuhi permintaan konsumen yang mengalami peningkatan.

Kebutuhan untuk tenaga kerja mudah terpenuhi karena di sekitar lokasi usaha Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang banyak perumahan dan usia kerja yang masih menganggur dikarenakan kesulitan untuk mencari pekerjaan. Dengan demikian pemilik usaha tidak kesulitan lagi dalam mencari karyawan untuk dipekerjakan.

c. Tugas Karyawan

Usaha CV Kyria Rezeki ini mempunyai tugas dan tanggungjawab masing-masing yaitu pemilik usaha membantu melihat langsung pengolahan dan sekaligus handle bagian pemasaran, selanjutnya 1 karyawan

bagian akuntansi, selanjutnya 2 orang bagian pacing, kemudian 4 karyawan bagian produksi sekaligus bagian gonggong mengambil isi dari cangkang gonggong membersihkan gonggong, bagian pengrebusan siput gonggong, bagian pengolahan dan pengadonan, bagian penjemuran penggorengan, kemudian 2 orang karyawan bertugas untuk bagian gudang sekaligus pengantaran.

d. Jam kerja Karyawan

Pada usaha Kerupuk gonggong CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang hari dan jam kerja sudah ditentukan ketika karyawan tersebut mulai bekerja. Adapun jadwal jam dan hari kerja sebagai berikut :

Hari : Senin-Sabtu

Jam : 09-00-16.00 WIB

Apabila pesanan meningkat maka pemilik usaha memberikan tambahan hari kerja atau menambah personil agar pekerjaan lebih kondusif.

e. Upah dan Gaji Karyawan

Sistem upah dan gaji karyawan pada usaha Kerupuk Gonggong ini dibedakan lama bekerja serta keterampilan dalam bekerja. Upah dan gaji ini menggunakan sistem mingguan dan bisa juga bulanan. Karyawan juga diberikan tunjangan hari raya setiap tahunnya.

f. Bahan Baku

Ada banyak hal berbeda yang dapat dilakukan untuk memastikan tempat usaha terus beroperasi secara berkesinambungan. Salah satunya adalah bagi perusahaan untuk menerapkan proses produksi yang sedang berlangsung dan

berkembang untuk memastikan umur panjang pendirian. Ketersediaan bahan baku, yang sangat penting untuk proses manufaktur yang sukses, adalah salah satu dari banyak elemen yang mempengaruhi berapa lama proses produksi berlangsung di sebuah perusahaan. Inilah sebabnya mengapa setiap lokasi perusahaan harus memiliki strategi kebutuhan bahan baku.

Permasalahan yang tidak terduga sering muncul pada saat perolehan persediaan bahan baku, salah satunya adalah kelangkaan bahan baku yang membuat proses manufaktur tidak dapat berfungsi dengan baik. Oleh karena itu, pengendalian persediaan diperlukan untuk mencegah kekurangan bahan baku. Secara alami, bahan baku dan bahan sejenis diproses dan diubah menjadi produk dalam suatu industri, baik skala kecil maupun skala besar.

Bahan baku merupakan suatu bahan yang dapat di pakai kedalam pembuatan suatu produk, bahan baku yang sudah termasuk secara menyeluruh akan menunjukkan sebuah produk jadinya bahkan yang di sebut suatu bentuk barang jadi. Sedangkan pengeluaran biaya bahan baku merupakan pengeluaran proses bahan baku sampai dengan bahan jadi, Sehingga bahan jadi tersebut siap di perjualkan dan dapat didistribusikan termasuk pengeluaran biaya yang sudah terjadi mencakup pada biaya ongkos angkut, harga bahan, dan lainnya.

Bahan baku utama untuk melakukan pengolahan kerupuk gonggong adalah siput gonggong. Penangkapan siput gonggong sebagai mata pencaharian masyarakat di kepulauan riau yang ada di Tanjungpinang. Menurut Amini (1986). Bulan Mei Sampai Oktober merupakan musim puncak untuk penangkapan siput gonggong di Tanjungpinang. Setiap nelayan di Tanjungpinang dan daerah

Kabupaten Bintan mampu bisa menangkap 3000-4000 ekor/hari (Viruly 2011 dalam Waris et al 2013). Hal Ini menunjukkan tingginya angka penangkapan siput gonggong di Tanjungpinang dan Kabupaten bintan. Tingginya angka tersebut Siput gonggong yang di ambil oleh masyarakat Tanjungpinang dan Kabupaten Bintan menunjukkan bahwa siput gonggong menjadi bahan pangan yang di gemari oleh penduduk lokal maupun turis yang datang ke seafood Tanjungpinang dan Pulau Bintan.

Siput gonggong biasanya direbus, digoreng, atau dikukus oleh penduduk setempat untuk dimasak. Serupa dengan banyaknya produk olahan dari siput salak yang tersedia untuk dinikmati baik pengunjung domestik maupun internasional dan penduduk lokal. Namun, semua siput yang menggonggong harus dimasak terlebih dahulu sebelum dikonsumsi. Hasilnya, produk bekicot yang sudah jadi siap untuk dikirim. Akan tetapi, CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang punya ide untuk mengolah siput gonggong yang awal mula siput gonggong sebagai makanan mentah yang di masak langsung siap di makan, Sekarang siput gonggong tersebut dapat di olah menjadi kerupuk gonggong.

Kebutuhan akan bahan baku mudah di peroleh karena pemilik usaha CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang membeli langsung dari distributor yang berada di Tanjungpinang yang berjarak dari tempat usahanya adalah ± 4 km yang mana merupakan masyarakat pesisir tempatan yang memang memiliki pekerjaan profesi sebagai nelayan. Sehingga dapat di beli dengan langsung dari distributornya langsung, Karena Bahan baku Siput Gonggong yang ada di distributor harganya

yang relatif murah. Maka dari itu produk yang akan di jual juga harga akan terjangkau untuk di jual.

g. Harga

Pelanggan menukar nilai atau uang untuk penawaran khusus yang memenuhi persyaratan dan keinginan mereka dengan harga tertentu. Sederhananya, penetapan harga adalah cerminan dari nilai yang diterima klien sebagai imbalan karena menerima tawaran. Nilai dari bahan mentah dan jasa yang dibutuhkan untuk membuat suatu penawaran, serta nilai dari keseluruhan penawaran, membentuk harga suatu produk. Sebagai manusia, kita melakukan kegiatan ekonomi demi terpenuhinya kebutuhan. Kegiatan ekonomi sendiri terdiri dari produksi, konsumsi dan distribusi. Untuk melakukan kegiatan ekonomi, kita membutuhkan sebuah alat tukar yang bisa menukar nilai suatu benda dan memberi nilai pada suatu benda. Benda tersebut adalah produk yaitu kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

Harga produk yang di tawarkan oleh Kerupuk Gonggong CV Kriya Rezeki sangat kompetitif. Harganya yaitu Rp. 15.000/Produk dengan berat 35gr dan untuk harga kemasan Rp. 22.00/produk dengan berat 80gr sedangkan kerupuk gonggong mentah di bandrol dengan harga Rp. 55.000/Produk dengan berat 250gr dan untuk harga kemasan Rp. 100.000/produk dengan berat 500gr.

h. Pesaing

Pesaing adalah lawan besar yang bertujuan untuk memenuhi tuntutan dan keinginan pelanggan yang sama. Mereka mendapatkan keuntungan dari runtuhnya perusahaan lain karena mereka adalah pemangku kepentingan eksternal. Mereka

suka ketika perusahaan saingan dapat bersaing secara jujur atau gagal. Mereka dimotivasi oleh keinginan untuk menjauhkan klien dari bisnis. Bisnis akan berjalan kurang optimal jika tidak mengkaji kekuatan, kelemahan, peluang, dan bahayanya. Karena faktor-faktor ini, perusahaan akan menghabiskan waktu mereka untuk memantau pergerakan strategis dan pangsa pasar pesaing. Temuan studi tersebut kemudian digunakan untuk mengembangkan dan mengidentifikasi metode pertahanan. Mereka mendasarkan tujuan dan rencana mereka pada tindakan bisnis lain yang beroperasi di sektor atau pasar yang sama.

Dalam memasarkan produknya usaha ini tidak terlepas dari persaingan yang cukup tajam. Ada beberapa *outlet* atau usaha yang sama persis membuat kerupuk gonggong yang berjualan sama persis berjualan dengan kerupuk gonggong di CV Kriya Rezeki seperti :

1. Kerupuk sigong
2. Oleh-oleh Kepulauan Riau
3. Pusat oleh-oleh tanjungpinang “Al mubaraq”
4. Oleh-oleh khas Tanjungpinang
5. UMKM Tanjungpinang
6. Fartiana
7. CemilanZamanNow

i. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan elemen penting dalam meningkatkan volume penjualan. Faktor terpenting dalam memastikan bahwa suatu produk diakui dan dipercaya oleh masyarakat luas adalah kualitasnya. Pastikan untuk meningkatkan kualitas terlebih dahulu jika Anda ingin meningkatkan loyalitas ke tingkat yang

lebih tinggi. Baik kualitas barang maupun pelayanannya. Karena konsumen pada akhirnya menghormati kualitas produk lebih dari apa pun. Pelanggan mungkin tidak peduli bagaimana Anda melakukan sesuatu, tetapi mereka peduli dengan kualitas produk atau layanan yang mereka terima. Konsumen saat ini sering memilih produk berdasarkan manfaatnya, apakah itu lebih banyak fitur atau layanan pelanggan yang lebih baik. Itu harus dicapai oleh Anda. Tawarkan sesuatu yang unik karena itulah yang tidak dimiliki pesaing Anda. Jadikan kualitas sebagai prioritas utama. Maka dari itu Produk yang ditawarkan oleh Kerupuk Gonggong CV Kriya Rezeki kualitas yang baik, dimana bahan baku yang digunakan terjamin kualitasnya dengan menggunakan siput gonggong dan bahan-bahan yang segar. Kerupuk Gonggong CV Kriya Rezeki juga memiliki ketahanan yang cukup baik, yaitu dapat bertahan 6 bulan setelah di masak dan untuk kerupuk gonggong yang masih mentah dapat bertahan hingga 2 tahun.

j. Jenis Produk

Produk merupakan adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat di raba, yang didalamnya termasuk kemasan, harga, *prestise* yang di terima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2, yaitu jasa dan barang. Produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa di lihat dan di rasakan (*tangible*). barang sehari-hari (*convenirnce goods*), konsumen biasanya sering membeli barang sehari-hari misalnya makanan, minuman, dan sebagainya. Barang tersebut adalah Produk Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjung pinang yang mana produk Kerupuk Gonggong yang di jual ada 2 jenis yang di jual

yaitu kerupuk gonggong rasa original dan pedas. Kerupuk gonggong rasa original dan pedas terbuat bahan yang sama. Yang membedakan kerupuk gonggong original dan produk pedas tersebut adalah di tambah bahan pedas di dalam adonan tersebut, agar memiliki citra rasa yang berbeda untuk menjadi ciri khas dari jenis produk tersebut.

k. Promosi

Promosi adalah salah satu di gunakan dalam aktivitas pemasaran, promosi produk adalah strategi pemasaran yang umum digunakan oleh perusahaan dan usaha kecil untuk menarik klien. Promosi produk bertujuan untuk menarik perhatian pada label baru atau item tertentu. Misalnya, kampanye pemasaran dapat mempromosikan item makanan tertentu di restoran atau mendorong pelanggan untuk membeli dan mengonsumsinya di toko. Kumpulan lengkap kegiatan yang menginformasikan konsumen tentang produk, merek, atau layanan disebut sebagai promosi. Membuat orang sadar, menarik, dan membujuk mereka untuk membeli produk yang dipilih di atas saingan adalah tujuannya. Pada umumnya suatu produk ditawarkan kepada pelanggan sebagai bagian dari promosi untuk mendorong mereka agar membeli, mengkonsumsi, atau memanfaatkan produk tersebut. Pemilik usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang melakukan promosi dan sudah banyak di kenal di masyarakat, usahanya di kenal banyak orang melalui promosi *word of mouth* (WOM). Biasanya orang merekomendasikan produk tersebut sudah pernah mencobanya dan puas akan hasil yang di dapatkan, dan di rekomendasikan produk tersebut dengan menggunakan melalui *e-commerce* dan *marketplace*. Contohnya seperti webside seperti Bukalapak, Shopee, Tokopedia,

Faceook, dan masih banyak yang lainnya, Karena bisa melihat langsung produk di go nasional hingga go internasional.

l. Regulasi Pemerintah

Pada tanggal 20 April 2020, Gubernur Kepulauan Riau mengeluarkan surat edaran tentang peningkatan kewaspadaan, kesiapsiagaan, dan pencegahan Covid-19. Salah satu *Point* dalam regulasi tersebut adalah seluruh penjual makan/minum wajib memberikan layanan langsung dibawa pulang (*take away*) dan dilarang menyediakan meja kursi untuk pembeli. Dan untuk mencegah dan meminimalisir penyebaran serta mengurangi resiko Covid-19 yang di sebabkan oleh mobilitas penduduk dari satu wilayah ke wilayah lainnya di Indonesia, agar warganya tidak melakukan kegiatan bepergian keluar daerah dan kegiatan mudik lainnya selama masa berlakunya penetapan kedaruratan kesehatan masyarakat *corona virus disease* (Covid-19). Maka dari itu, masyarakat luar kota atau wisawatan turis tidak bisa masuk ke wilayah zona yang sudah di tetapkan, maka dari itu produk kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang mempengaruhi pendapatan.

Untuk menganalisis permasalahan yang di hadapi usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang, makan analisis yang tepat untuk digunakan adalah analisis SWOT dengan menganalisis faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Dari hasil analisis SWOT ini nantinya dapat ditentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan di usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. Berikut ini adalah di sajikan data yang di peroleh dari hasil penelitian.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Instrument SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) Pada Kerupuk Gonggong CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang.

A. Faktor-faktor Kekuatan (*Strength*) dalam usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa kekuatan yang dimiliki oleh usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang, yaitu :

Faktor kekuatan yang pertama adalah Kualitas produk, Kualitas produk yang merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan volume penjualan. Produk yang ditawarkan Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki kualitas yang baik, dimana bahan baku yang digunakan terjamin kualitasnya dengan menggunakan siput gonggong dan bahan-bahan yang segar. Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki juga memiliki ketahanan yang cukup baik, yaitu dapat bertahan 6 bulan setelah di masak dan untuk kerupuk gonggong yang masih mentah dapat bertahan hingga 2 tahun yang di nyatakan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... kalau melihat dari kualitas produk sangat baik mas, karena saya lebih memilih mengutamakan Kualitas produk yang dihasilkan oleh Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sangat baik karena dalam memasarkan produk selalu mengutamakan kualitas untuk kepuasan konsumen. Dengan kualitas yang dimiliki akan menjadi kekuatan bisnis untuk memasarkan produk ke konsumen dan lagi saya mengutamakan bahan-bahan yang alami karena kalo menggunakan pengawet saya juga tidak berani juga mas karena kalo memakai pengawet takutnya saya tidak amanah untuk menjual ke pembeli maka dari itu saya pun harus betul-betul memerhatikan bahan-bahan, pengelolaan, sampai tahap pengemasan agar tidak adanya hal-hal yang tidak di inginkan, kalo saya melihat dari tahap-tahapan untuk bisa bertahan lama kerupuk gonggong ini agar produk tidak lemau yaitu menjemur paling tidak 4-5 hari agar bisa bertahan lama karena

gini mas cuaca itu harus melihat betul-betul panas tidak boleh mendung karena proses pemanasan harus rata kalo tidak rata jangan di harap kerupuk yang kita bikin bisa melempem”.

Hal serupa juga di nyatakan oleh Mas Reza, selaku pembeli dari Kerupuk

Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... Ya karena lengkap aja mas di sini banyak mas kerupuk macam-macam kebetulan mas mengambil sampel kerupuk gonggong kebetulan juga saya beli kerupuk gonggong untuk keluarga saya di luar kota yang lagi berliburan di sini, enakya di sini sih mas kalo keluarga saya mau membeli kerupuk gonggong tinggal cari aja di marketplace seperti shopee dan masih banyak lagi, karena di sini saya membeli pas keluarga saya datang maka itu saya di suruh membeli dan sekaligus untuk kasih oleh-oleh untuk keluarga saya. produk Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini kalo melihat dari produk sudah termasuk bagus untuk di pasarkan ke konsumen karena kerupuk gonggong di tempat lain sih mas saya kurang suka dengan produknya, maka dari itu setiap keluarga saya dari luar daerah saya selalu membelikan kerupuk gonggong yang utama karena keluarga saya cuman tau seafood gonggong aja di lestoran atau di tempat lainnya, gara-gara saya ada pernah beli kerupuk gonggong di sini saya mencoba kasih ke keluarga saya rupanya keluarga saya suka dan sekigus setia tahun ke sini tidak lupa membelinya untuk di makan sendiri atau oleh-oleh untuk keluarga atau temanya di sana, dan sayapun suka sekali dengan produk ini mas karena ketahanan produk yang lama yang bisa di simpan berbulan bulan membuat keluarga saya suka memelu produk ini dari dulu ”.

Hal yang serupa juga di nyatakan oleh Ibu Dwi selaku pembeli dari Kerupuk

Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... Menurut saya bang produk yang saya beli di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini sangat baik karena kemasan ini sangat bagus di pandang dan daya Tarik tersendiri untuk di di beli karena sudah langganan sejak dari dulu bang makanya saya suka berbelanja di sini ”.

Hal senada yang di rasakan pembeli berikutnya dari ibu Sri selaku pembeli

dari Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... Dari melihat pandang saya sendiri sih bagus, sangat unik sih kemasannya karena saya saya suka sekali dengan produknya karena saya baru tau di sini ada jual kerupuk gonggong yang ada di tanjung pinang ini, Lagi pula pun saya baru tau adanya pengolahan gonggong ini menjadi kerupuk gonggong makan dari itu saya mencoba mencicipi dan rasanya enak ini saya sudah ke lima kalinya untuk membeli produk ini”.

Pada dasarnya kualitas produk yang dihasilkan oleh Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sangat baik karena dalam memasarkan produk selalu mengutamakan kualitas untuk kepuasan konsumen. Dan lagi yaitu kualitas produk yang di miliki bisa ketahannya yang cukup baik, yaitu bisa bertahan lama sampai 6 bulan lamanya itu produk kerupuk gonggong yang sudah di masak sedangkan produk kerupuk gonggong masih mentah dapat bertahan hingga 2 tahun lamanya. Dengan kualitas yang dimiliki akan menjadi kekuatan bisnis untuk memasarkan produk ke konsumen.

2.) Faktor kekuatan yang kedua adalah Tenaga kerja, Kebutuhan tenaga kerja mudah terpenuhi karena di sekitar lokasi banyak perumahan penduduk usia kerja yang masih menganggur di karenakan kesulitan mencari kerja. Dengan demikian pemilik uaha tidak kesulitan lagi dalam mencari karyawan untuk di perkejakan yang di nyatakan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... saya di sini Mas jumlah tenaga kerja ya di sebut lah karyawan saya itu bejumlah 9 orang serta sekaligus membantu mengeluarkan dari cangkang, pengolahan gonggong, penjemuran serta dalam proses produksi dan penjualan. Dulu saya sempat ada Mas 23 orang tetapi gara-gara Covid-19 penjualan menurun semua penjualan tidak ada maka dari itu ada pengurangan karyawan mas tetapi sejak adanya kebijakan baru new normal dan telah di bukanya kembali aktivitas biasa dan permintaan kerupuk gonggong semakin lama semakin meningkat maka dari itu perlahan saya membuka rekrutmen untuk menambah kembali karyawan mas terutama saya mengambil penduduk sekitar di dahuluin Mas di tempat usaha saya ini karena paling utama saya lakukan, Sebelum saya rekruten atau ada yang melamar di usaha saya, Saya mengajarkan dulu proses pengolahanya gimana, proses penjemuranya gimana, proses pengambilan isi siput gonggong dan cara membersihkannya gimana, di posisinya masing-masing agar produk yang kita buat di sini mas menjadi produk yang berkualitas untuk di pasarkan ke konsumen”.

Kebutuhan tenaga kerja mudah terpenuhi karena di sekitar lokasi perumahan penduduk usia kerja yang masih menganggur dikarenakan sulitnya mencari pekerjaan, Dengan demikian pemilik usaha tidak kesulitan lagi dalam mencari karyawan untuk di pekerjakan. Pada dasarnya tenaga kerja merupakan sesuatu sangat penting untuk membantu pengelolaan Kerupuk Gonggong dan juga bisa memperkerjakan masyarakat sekitar agar ikut membantu juga mengurangi pengangguran.

3). Faktor Kekuatan yang ketiga adalah bahan baku, Bahan baku yang mana kebutuhan akan bahan baku yang inti paling utama untuk membuat kerupuk gonggong untuk membuat kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang yang di sampaikan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... Kalau untuk bahan bakunya sendiri sih mas di peroleh karena membeli langsung dari distributor yang merupakan masyarakat tempatan yang berjarak ±4 km yang memang memiliki pekerjaan profesi sebagai nelayan gitu mas, Sehingga dapat di beli dengan harga yang relatif murah, kalo kita membeli langsung dari pasar atau tempat langsung pihak ketiga pasti harganya lebih mahal maka dari itu saya ambil langsung mas dari distributornya, lagian pun dari nelayan di jual di penampungan juga maka dari itu nelayan pun terbantu, tetapi kalau pada bulan oktober sampai bulan april mas agak sulit mas untuk di dapati tetapi stok untuk kita dari distributor pasti memenuhi untuk permintaan usaha kami ini. Hal ini akan menjadi kekuatan untuk melakukan penambahan progress produksi dengan cepat ”.

Dari pernyataan di atas dapat menarik kesimpulan bahwa Kebutuhan akan bahan baku sangat penting untuk pengolahan gonggong saat ini agar mudah di peroleh karena membeli langsung dari distributor yang merupakan masyarakat tempatan

yang memang memiliki pekerjaan profesi sebagai nelayan. Sehingga dapat di beli dengan harga yang relatif murah.

4). Faktor Kekuatan keempat adalah harga, Harga yang ditawarkan oleh Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sangat murah dan dapat berkompetitif dengan pesaingnya. Hal ini disampaikan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“...Untuk harga kita sesuai dengan kualitas yang di berikan dan pastinya kita membeli harga yang terjangkau pada pembeli, menjual Kerupuk Gonggong ini mas Harganya yaitu Rp. 15.000/Pcs dengan berat 35gr dan untuk harga kemasan Rp. 22.000/Pcs dengan berat 80gr sedangkan kerupuk gonggong mentah di bandrol dengan harga Rp. 55.000/Pcs dengan berat 250gr dan untuk harga kemasan Rp. 100.000/produk dengan berat 500gr. Ini termasuk murah mas, saya survey tempat lain untuk ukuran 35gr saja sudah di jual Rp. 22.000/pcs apalagi untuk ukuran yang besar maka dari itu saya mempertahankan harga ini supaya bisa bersaing dan cepat laku untuk di jual”.

Hal serupa juga di nyatakan oleh Mas Reza, selaku pembeli dari Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... Saya melihat dari segi harganya mas sangat murah sekali karena di tempat lain saya membeli di tempat lain sepertim kube atau dagangan online lainnya agak mahal maka dari itu juga di dagangan ini tidak mempunyai merek seperti yang di sini mas makanya saya membeli di sini.”

Hal yang serupa juga di nyatakan oleh Ibu Dwi selaku pembeli dari Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... kalo pandangan saya sendiri sih agak murahan di sini, di tempat lain saya kurang cocok dengan harganya makanya itu saya selalu beli di sini kalo saya selera atau untuk penambah makanan untuk saya hehehe”.

Hal senada yang di rasakan pembeli berikutnya dari ibu Sri selaku pembeli dari Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... saya selalu membelinya di sini kalo ada sodara saya datang luar daerah untuk dijadikan oleh-oleh, soal harga beda jauh di tempat lain karena di sini harganya jarang berubah kalo harga berubah pun tidak kemungkinan tidak naik semahal yang di jual tempat lain ”.

Jadi, dapat di simpulkan bahwa dalam segi harga yang sudah di tawarkan dan di tetapkan oleh CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang tergolong sangat murah dan dapat berkompetitif dengan pesaingnya.

5). Faktor Kekuatan yang kelima adalah promosi, Promosi dalam rangka pengenalan produk atau turut berpartisipasi dalam event-event pameran agar kegiatan bertujuan agar meningkatkan kepercayaan dan keyakinan masyarakat terhadap kerupuk gonggong yang memiliki ciri khas di wilayah kepulauan riau. Hal ini dinyatakan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... saya bertujuan promosi di wilayah kepulauan riau dulu mas untuk di kenal di masyarkat lokal adanya pembuatan gonggong ini mejadi kerupuk gonggong dan lanjut di seluruh Indonesia itu sendiri mas supaya agar masyarat tau betul adanya kerupuk gonggong yang di buat, kan tau betul masyarakat kita cuman tau adanya seafood gonggong aja, maka dari itu tujuan saya membuat promosi biar masyarat tau adanya gonggong yang bisa di olah menjadi kerupuk gonggong ini. Saya biasanya melakukan promosi ikut berpartisipasi pameran UKM seperti festival kuliner di Tanjungpinang, IKM makanan dan minuman, dan event-event umkm lainnya, dan untuk promosi lainnya yaitu rekomendasikan produk tersebut dengan menggunakan melalui e-commerce dan marketplace. Contohnya sepeti webside seperti Bukalapak, Shopee, Tokopedia, Faceook, dan masih banyak yang lainnya, Karena bisa melihat langsung produk di go nasional hingga go internasional. Ini merupakan strategi yang sangat efektif dan merupakan kekuatan untuk usaha kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ”.

Dari pemaparan di atas dapat di Tarik kesimpulan bahwa Usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sangatlah penting untuk melakukan promosi produk agar semua produk yang di promosikan agar di kenal oleh masyarakat lokal, masyarakat luar dan mancanegara.

6). Faktor Kekuatan keenam adalah lokasi, Lokasi usaha yang beralamat di JL. Merpati Gg. Galak RT.03/RW. 9 Batu IX Tanjungpinang Kepulauan Riau lokasi usaha ini di katakana cukup strategis karena berdekatan dengan penduduk sehingga mempermudah masyarakat menjumpai usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini. Hal ini dinyatakan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... Awal mulanya saya mendirikan tempat usaha ini hanya awalnya di rumah tempat tinggal saya tetapi semenjak usaha kerupuk ini makin lama makin berkembang di saat itulah saya memulai membuka usaha dan hasilnya berkembang dari masyarkat lokal, masyarakat luar daerah sekaligus bisa di ekspor ke luar negeri, dan pabrik sekaligus rumah tempat tinggal saya yang ada di sini, ada tempat pabriknya dan sekaligus tempat outlet untuk menjual kerupuk gonggong yang ada di tempat ini tetapi di tempat lain saya membuat outlet juga yaitu pondok gonggong oleh-oleh khas Kepulauan Riau di Jl. Ganet (Arah bandara) Blok C No.5 KM XI Tanjungpinang-kepri, kenapa saya membuka cabang outlet lagi karena di tempat situ peluang paling besar untuk memasarkan produk karena langung ke bandara agar sebelum meninggalkan kota tanjungpinang dan wisatawan pun bisa berkunjung rute khusus oleh-oleh khas Kepulauan Riau ini.”

B. Faktor-faktor Kelemahan (*Weakness*) dalam usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. yaitu :

1). Faktor kelemahan yang pertama adalah proses produksi yang lama, proses produksi yang lama mempengaruhi dari usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini. Karena harus betul-betul membuat kerupuk

gonggong ini yang di sampaikan oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

“... kalau melihat kelemahan usaha ini proses produksi mas karena harus betul betul melihat pengolahanya kira kira sampai produk jadi memakan waktu 7-12 hari tergantung dalam kondisi apapun, pertama proses produksi membuka isi siput gonggong dari cangkang, kemudian di bersihkan dan di cuci kembali untuk menjaga kebersihan dari bahan baku tersebut. Setelah daging siap kemudian di rebus terlebih dahulu selama 30 menit lebih, setelah siap daging di angkat kemudian di giling menggunakan mesin untuk mendapatkan tekstur yang lebih halus lagi di samping itu bahan-bahan lain seperti tepung dan bumbu-bumbuyang akan di gunakan di diapkan dan di adon. Setelah kedua proses tersebut selesai di lanjutkan dengan mengadon menggunakan bor yang telah di modifikasi dengan perbandingan 1:1, setelah adonan cukup kalis di adon kembali menggunakan tangan untuk mendapatkan adonan yang lebih padat, Setelah dirasa sesuai dengan keinginan proses selanjutnya yaitu membentuk adonan seperti tabung silinder dan di rebus di dalam air panas yang telah di campuri denga garam (menjaga rasa) selama 30 menit. Setelah adonan matang di lanjutkan dengan penirisan dan pendinginan lalu di jemur selama 2 hari tergantung cuaca kan kadang pulang sampai 3-4 hari melihat keadaan cuaca yang mendung untuk mendapatkan tekstur yang lebih padat dan mudah untuk diiris serta kadar air yang sedikit. Setelah itu dodolan tersebut diiris tipis menggunakan pisau \pm 2 cm dan kemudian dijemur kembali sampai kering selamat 3-4 hari, setelah itu timbang dan kemas serta siap untuk di pasarkan.

Produksi adanya permintaan dari pembeli banyak tetapi stok barang tidak ada mau tidak mau kita harus menunggu kerupuk gonggong tersebut.

2). Faktor kelemahan yang kedua adalah Jenis produk, Jenis Produk Gonggong yang di jual oleh CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sangat sedikit maka dari itu, Hal ini di sampaikan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... Di sini saya menjual hanya Kerupuk Gonggong rasa original dan Kerupuk Gonggong Rasa pedas. Karena kalo saya terlalu banyak stok produk dengan varian berbagai rasa takut bingung orang yang memilih ”.

Kelemahan dari sisi jenis produk akan berdampak juga dengan penjualan kerupuk gonggong, Hal yang sama juga di sampaikan oleh mas Reza, selaku pembeli kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang, sebagai berikut.

“... saya sendiri lebih bagus ada varian rasa yang berbeda agar lebih bisa memilih rasa yang di sukai citra rasa orang masing-masing agar orang gak bosan kan untuk merasakan rasa yang selera orang masing-masing ”.

Hal yang serupa juga di nyatakan oleh Ibu Dwi selaku pembeli dari Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... kalo saya sendiri sih bang bagus varian rasa seperti ini aja sih bang selera orang kan berbeda-beda saya sih sama aja biar gak binggung mau rasa apa kan itu tergantung orangnya masing masing sih bang”.

Hal senada yang di rasakan pembeli berikutnya dari ibu Sri selaku pembeli dari Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... Menurut saya harus sih bang harus adanya varian rasa yang baru karena biar orang bisa memilih dan tidak bosan untuk membeli kerupuk gonggong, karena cuman itu aja rasanya original dan pedas saya sukanya sih rasa manis atau rasa kari di tambahan varian rasa untuk menarik minat kerupuk gonggong yang di beli ”.

Dari pertanyaan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa jenis produk yang di jual harus adanya varian rasa baru yang belum di buat oleh usaha lain agar ada ciri khas tersendiri di tempat usaha ini. Agar kerupuk gonggong ini bisa laris kedepannya, sehingga pembeli tidak bosan membeli.

3). Faktor kelemahan yang ketiga adalah susahnya saluran pendistribusian produk, karena memerlukan biaya yang cukup besar dan belum adanya mitra kerjasama yang mampu menyalurkan ke luar daerah dengan pendistribusian yang

mudah dengan biaya yang ringan, yang di sampaikan langsung pemilik kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

“... Karena begini mas produk ada yang beli dari luar daerah kerupuk gonggong dengan harga Rp 15.000/Pcs tetapi ongkir untuk ke daerah luar daerah saja memakan biaya ongkir sebesar Rp.50.000 tidak setara dengan produk yang akan di kirimkan, maka dari itu agak sulit menjual ke daerah luar untuk pengiriman mahal seperti ini mas maka dari itu saya agak keberatan ongkir yang sudah di tetapkan ”

Dengan demikian ada solusi dari pemerintah pusat atau daerah setempat yang bekerja sama dengan mitra kerja yang mampu menyalurkan produk ke luar daerah agar pendistribusian yang mudah dengan biaya yang ringan agar tidak memberatkan pembeli

C. Faktor-faktor Peluang (*Opportunities*) dalam usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa peluang yang dimiliki oleh usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang, yaitu :

1) Faktor peluang yang pertama yaitu Potensi wilayah Kepulauan Riau, Potensi wilayah Kepulauan Riau dengan wilayah laut 96 persen mempunyai potensi perikanan yang besar baik di sektor perikanan tangkap, perikanan budidaya, pengolahan produk perikanan, industri bioteknologi kelautan, industri sumber daya laut dalam dan pemanfaatan muatan barang kapal tenggelam, wisata bahari dan potensi mangrove dan terumbu karang, Potensi itu di dimanfaatkan oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

“ ... Pertama memang saya sudah betul-betul melihat peluang yang ada di kepulauan riau ini semenjak saya bekerja masih bekerja di tanjungpinang

semasa saya masih bujang dan sampai berkeluarga, semenjak itu saya memikirkan kenapa olahan laut cuman di masak untuk seafood tapi kok belum bisa mengolah olahan laut untuk di jadikan kerupuk maka dari itu saya punya ide belajar dulu untuk mengolah olahan laut menjadi kerupuk, dan saya melihat potensi yang ada di kepulauan riau adalah siput gonggong yang cuman ada di kepulauan riau ini saya betul-betul optimis sekali ini peluang besar untuk saya untuk memulai mengolah siput gonggong ini menjadi kerupuk gonggong ”

Dari hasil wawancara yang telah di paparkan, untuk melihat peluang yang ada di wilayah kepulauan riau ini sangatlah besar karena potensi laut itu begitu luas dan banyak beraneka ragam, akan tetapi yang lebih unik itu adalah siput gonggong yang cuman ada di kepulauan riau saja dan tidak ada di tempat lain selain di sini, maka dari itu kepulauan riau menjadikan siput gonggong ikonik khasnya kepulauan riau.

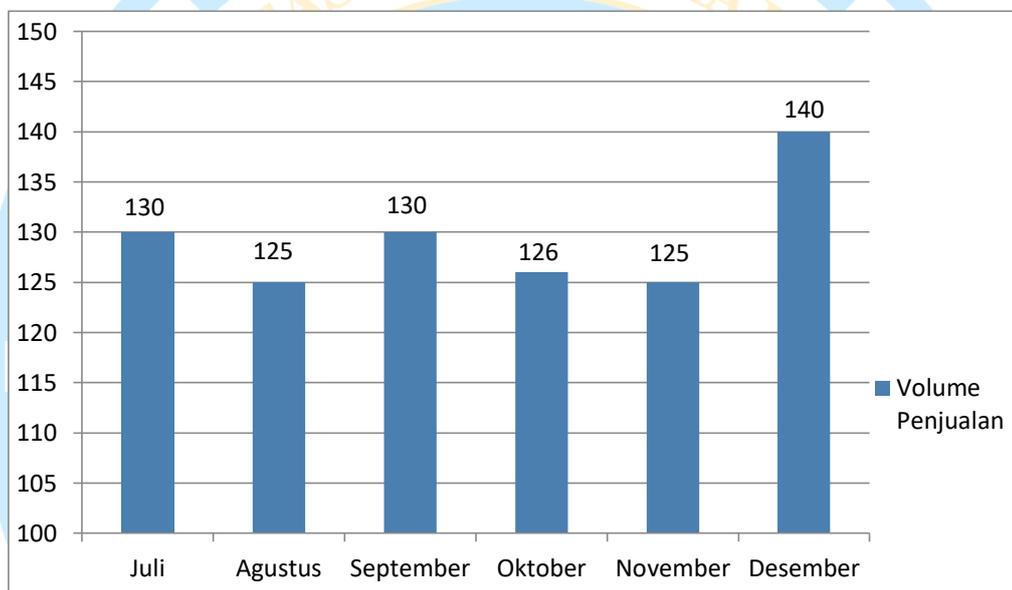
2). Faktor peluang yang kedua adalah perkembangan teknologi, yang mana perkembangan teknologi berpengaruh dalam dunia usaha yang bisa dapat membantu dalam kegiatan inovasi serta pemasaran yang Hal ini di sampaikan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... Perkembangan teknologi semakin lama semakin cepat. Peralnya, semakin berkembangnya teknologi untuk inovasi dan pemasaran, yang mana peran untuk menunjang kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan dan ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang kepada pembeli.

3). Faktor peluang yang ketiga adalah permintaan daya beli konsumen, permintaan saya beli konsumen cukup bagus untuk melihat peluang yang ada dan masih bisa membuka peluang pasar yang cukup luas untuk berkembangnya lagi usaha pengelolaan kerupuk gonggong ini. Hal ini di sampaikan langsung oleh bapak

Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... Wilayah kepulauan riau ini saya membuka usaha kerupuk gonggong karena saya tau betul peluang di daerah tanjungpinang ini pasti menguntungkan di karenakan gonggong ini ciri khas dan menjadi ikonik oleh-oleh yang ada di kepulauan riau, maka dari itu saya punya ide dan mengolah gonggong tersebut menjadi kerupuk gonggong yang ada di tanjungpinang, kepulauan riau dan itu sangat menguntungkan di karenakan cuman ada di kepulauan riau saja dan ini hasil penjualan saya dari bulan juli sampai desember ”.



Gambar 4.2

Grafik Volume Penjualan Juli-Desember 2021

Peningkatan daya beli konsumen sangat baik, tetapi pada grafik penjualan diatas, kita bisa melihat bahwa penjualan mengalami penurunan volume penjualan, tetapi penurunannya hanya sedikit, kemudian mengalami kenaikan walaupun hanya sedikit kemudian mengalami penurunan lagi dan akhirnya mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dari bulan Juli dan bulan Agustus mengalami penurunan sebanyak 5 pcs, pada bulan Agustus ke bulan September mengalami kenaikan sebesar 5 pcs, pada bulan September ke bulan Oktober mengalami penurunan

sebanyak 4 per produk, dari bulan Oktober ke bulan November mengalami penurunan sebanyak 1 per produk, kemudian dari bulan November ke bulan Desember kenaikan yang sangat signifikan sebanyak 15 produk. Hal ini tentu saja akan berdampak menjadikan peluang bagi pemilik usaha.

Hal yang sama juga di sampaikan oleh mas Reza selaku pembeli kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang, sebagai berikut.

“...Menurut saya pribadi sih penjualan di tanjungpinang sangat bagus sih bang karena potensi laut kita kan kepulauan dan gonggong ini ciri khas kan dengan indetik kepulauan riau maka dari itu ada kemungkinan peluang yang sangat besar untuk bisa menjual produk gonggong ini dan indetik juga khas kepulauan riau adalah gonggong”.

Hal yang serupa juga di nyatakan oleh Ibu Dwi selaku pembeli dari Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... Kalo untuk melihat peluang yang ada di sini ya sangat baik, kan mereka cuman tau aja seafood Gonggong itu cuman di makan jadi olahan seafood gonggong, jadi harus ada yang di olah juga menjadi kerupuk gonggong”.

Hal senada yang di rasakan pembeli berikutnya dari ibu Sri selaku pembeli dari Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang seperti berikut.

“... saya melihat dari peluang ini sangatlah bagus karena ini menjadi ciri khas oleh oleh khas kepulauan riau adalah kerupuk gonggong dan lagian pula kan Cuman adanya di kepulauan riau saja jadi peluang untuk memasarkan produk penjualan sangat bagus sampai ke luar daerah dan sampai ke luar negara seharusnya itu menjadikan peluang untuk penjualan oleh-oleh khas tanjungpinang ini”.

Peningkatan daya beli konsumen yang mana permintaan masyarakat yang masih banyak dan peluang pasar yang cukup luas dan hanya ada satu satunya ada di kepulauan riau saja tentu saja sangat menguntukan, bagi usaha kami untuk sampai ke pasar lokal dan mancanegara.

4). Faktor peluang yang keempat yang di milik usaha kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang adalah pasar yang luas, Ekspansi pasar sangatlah dibutuhkan dalam usaha apapun untuk menunjang kemajuan dan mencari keuntungan yang besar. Peluang inilah yang saat ini sudah mulai di capai oleh usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang, seperti yang di ungkapkan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

"... iya mas kalo sekarang sih sudah memasuki toko-toko besar seperti swalayan, outlet, intinya pasar-pasar besar. Saya pun sekarang menitipkan kerupuk gonggong tersebut di wilayah kabupaten bintan, dan lebih banyak saya menyebar di wilayah bintan itu adalah di kabupaten bintan timur pada di swalayan-swalayan, Lagian pun sudah sekarang menggunakan media online seperti e-commerce dan marketplace, seperti halnya bukalapak, shopee, tokopedia, dan sebagainya . Karena bisa melihat langsung produk di go nasional hingga go internasional. Maka dari itu, itulah keunggulan saya mas yang ada sekarang untuk memasarkan produk kerupuk gonggong di go nasional hingga go internasional.

Dari pemaparan di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang masih dapat menguasai pasar besar. Dan optimis yang di miliki usaha kerupuk gonggong akan mengantarkan perkembangan yang sangat bagus. Dan produk yang di hasilkan didistribusikan di Tanjungpinang dan Batam

D. Faktor-Faktor Ancaman (*Treats*) dalam usaha Kerupuk Gonggong CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa peluang yang dimiliki oleh usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang, yaitu :

1). Faktor ancaman yang pertama perubahan selera konsumen yang berubah dan mengikuti kondisi yang terjadi seperti adanya Covid-19 yang membuat penjualan menurun outlet Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. Hal ini di sampaikan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... ya itu mas yang jadi PR kita kita sebagai pembisnis betul-betul agar produk ini laku karena semakin banyaknya tepat usaha atau outlet membuka usaha sama persis seperti usaha ini karena kita ini membuka usaha paling lama di Tanjungpinang kan, belum tentu paling lama belum tentu juga produk kita juga laku keras dan selera konsumen memunyai pengaruh yang cukup besar terhadap keinginan masyarakat untuk membeli kerupuk gonggong ini. Contohnya aja mas pada masa-masa tertentu orang lebih suka memakan kerupuk gonggong terhadap baya yang konsumsi yang bersifat instan (siap saji), sehingga demand terhadap barang tersebut akan bertambah. Belum lagi dengan ada covid-19 mempengaruhi penjualan yang kita dulu bisa menghabiskan produk 320 pcs atau 200 pcs sekarang cuman hanya paling banyak pun 150, kebanyakan pembeli wisawatan mancanegara, karena tidak boleh masuk ke wilayah Indonesia, maka dari itu mempengaruhi pendapatan kita di sini.

Perubahan selera tidak dapat di elakan. Semua itu tergantung bagaimana selera masyarakat memakan kerupuk gonggong .

2). Ancaman yang kedua adalah kondisi cuaca yang sangat mempengaruhi untuk memproduksi kerupuk gonggong karena tahap pengeringan harus di jemur di sinar matahari yang terik. Hal ini di sampaikan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... sebenarnya yang lebih waspada itu musim yang tidak menentu pas, bulan bulan ini sangat tidak menentu. Nah ini yang nantinya akan mempengaruhi distribusi pasar kerupuk gonggong mas karena terkenal untuk pejemuran kerupuk gonggong ini, karena mas kalo tidak betul-betul kering dan jangan terlalu kering karena pengaruh sekali dengan ketahan kerupuk gonggong ini mas. Maka dari itu setiap karyawan saya harus stand by untuk melihat apakah masih ada yang basah, kalo ada masih basah setiap 30 menit kerupuk gonggong yang di jemur harus di balik-balik agar pengeringan kerupuk gonggong ini sama rata, dan kalo ada mendung gerimis mas harus di angkat

karena kalo terkena air hujan sedikit saja menyebabkan kerupuk gonggong ini harus di keringkan lagi lebih lama dari pada yang sebelumnya”.

Faktor cuaca yang mungkin berdampak pada bagaimana suatu produk dibuat karena sinar matahari adalah komponen kunci dari proses itu dan ketidakhadiran sinar matahari dapat menghasilkan lebih sedikit output dan lebih sedikit uang untuk perusahaan kerupuk gonggong tersebut.

3). Ancaman yang ketiga adalah regulasi pemerintah, Pada tanggal 20 April 2020, Gubernur Kepulauan Riau mengeluarkan surat edaran tentang peningkatan kewaspadaan, kesiapsiagaan, dan pencegahan Covid-19. Hal ini di sampaikan langsung oleh bapak Bonak Chandra selaku pemilik Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

“... sangat pengaruh sekali soal penjualan di saat covid-19 karena terutama pendapatan saya menurun dan pabrik pun kami harus di stop dahulu karena pendapatan yang kami terima tidak sesuai dengan pemasukan maka dari itu sulit sekali untuk membangkitkan usaha kerupuk tersebut maka dari itu sekarang ini sudah memasuki kan mas yang saya bilang tadi new normal dan sudah beraktifitas lagi mau membangkitkan penjualan ini sangat-sangat sabar sekali ”.

Dapat di ambil kesimpulan bahwa hal ini sangat pengaruh terhadap volume penjualan Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini, menjadi ancaman serius. Pasalnya kasus ini sangat sangat mempengaruhi pendapatan penjualan ini.

4.2.2 Penerapan Analisis SWOT pada usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

Analisis SWOT merupakan analisis yang di lakukan untuk mengetahui faktor-faktor internal maupun eksternal secara keseluruhan dari suatu usaha. Dari

wawancara yang sudah dilakukan peneliti terdapat beberapa faktor internal maupun eksternal sebagai berikut :

A. Kekuatan (*Strength*) yang dimiliki usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

- 1). Kualitas produk kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang memiliki produk yang di produksi berbeda dengan pesaing. Dimana produk yang dimiliki mempunyai kualitas dalam segi cetak kemasan maupun produk bertahan dengan lama.
- 2). Tenaga Kerja, kebutuhan tenaga kerja mudah terpenuhi karena sekitar lokasi usaha Kerupuk Gonggong di CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang banyak penduduk usia kerja yang masih menganggur seperti ibu rumah tangga.
- 3). Bahan baku mudah di peroleh karena di ambil langsung dengan distributor langsung dan penampungan dari nelayan oleh karena itu para nelayan ikut terbantu juga.
- 4). Harga yang kompetitif dengan pesaingnya dan harga sesuai dengan kualitas yang di berikan pastinya.
- 5). Promosi dalam rangka pengenalan produk agar masyarakat tau adanya siput gonggong ini bisa menjadikan kerupuk gonggong dan menjadikan produk oleh-oleh Tanjungpinang.
- 6). Lokasi usaha berdekatan langsung dengan penduduk sehingga mempermudah masyarakat menjumpai usaha kerupuk gonggong ini.

B. Kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

- 1). Proses produksi lama di akibatkan karena proses pengolahan kerupuk gonggong sangat rumit
- 2). Jenis Produk Kerupuk gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sangat sedikit dengan varian rasa
- 3). Susahnya pendistribusian produk hambatan dengan biaya yang mahal

C. Peluang (*Opportunities*) yang dimiliki usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

- 1). Potensi wilayah kepulauan riau yang begitu luas dan siput gonggong yang hanya ada di kepulauan riau saja menjadikan ikonik kekuatan untuk mengolah menjadi kerupuk gonggong
- 2). Perkembangan teknologi semakin modern semakin berkembangnya teknologi untuk inovasi dan pemasaran.
- 3). Permintaan daya beli konsumen karena peluang yang ada di Tanjungpinang besar, selain itu bahan baku siput gonggong hanya ada di Kepulauan Riau di sini melihat peluang yang ada di Tanjungpinang.
- 4). Jangkauan pasar yang luas yang mana Kerupuk gonggong ini membuka jangkauan pasar yang di karenakan memanfaatkan peluang yang ada untuk melebarkan pasar di berbagai nasional hingga internasional

D. Ancaman (*Treats*) yang dimiliki usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang

- 1). Perubahan selera konsumen yang berubah dan mengikuti kondisi yang terjadi seperti adanya Covid-19 yang membuat penjualan menurun di usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang.

- 2). Kondisi Cuaca membuat terhambatnya pengeringan kerupuk gonggong ini karena harus di jemur di sinar matahari.
- 3). Regulasi pemerintah selama covid-19 pemerintah mengeluarkan surat edaran tentang pemberakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM), lockdown, Pembatasan jam operasional tempat perbelanjaan dan lain-lain

Dari data yang didapat di atas, selanjutnya penelitian akan melakukan beberapa langkah terlebih dahulu yang pertama untuk menganalisis data pembuatan matriks analisis SWOT dengan di buatnya table IFAS dan EFAS.

4.3 Analisis Data

Perencanaan strategi usaha dilakukan berdasarkan analisis SWOT yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh usaha Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang. Analisis dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT dianalisis dengan menyesuaikan antara peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki usaha tersebut, dengan tujuan mengembangkan strategi-alternatif bagi usaha tersebut. Analisis Matriks SWOT pada usaha Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang dapat dilihat pada label sebagai berikut.

Tabel 4.1
Analisis Matriks SWOT Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki
Kota Tanjungpinang

| | | |
|--|--|--|
| Matriks SWOT Usaha Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang | Strenghts (S) - Kualitas Produk - Tenaga kerja - Bahan baku - Harga - Promosi - Lokasi | Weakness (W) - Proses produksi lama - Jenis produk - Susahnya saluran pendistribusian produk |
| Faktor Eksternal / Faktor Internal | | |
| Opportunities (O) - Potensi wilayah Kepulauan Riau - Perkembangan teknologi - Permintaan daya beli konsumen - Pasar yang luas | Strategi SO - Memanfaatkan sumberdaya yang hanya ada di kepulauan riau. - Mempertahankan harga produk yang kompetitif. - Memperluas saluran pendistribusian produk pada tingkat regional, nasional, dan internasional - Adanya distribusi produk dan pasar yang luas tentunya dapat meningkatkan jumlah produksi sehingga tenaga kerja yang dibutuhkan juga banyak. | Strategi WO - Melakukan kegiatan produksi dengan menggunakan alat modern agar bisa memenuhi permintaan pasar. - Membuat inovasi jenis produk yang di tawarkan - Meningkatkan kegiatan promosi - mengembangkan pengetahuan pada jaringan komunikasi dan informasi tentang teknologi yang mendukung kemajuan usaha |
| Threats (T) - Perubahan selera konsumen - Kondisi cuaca - Regulasi Pemerintah | Strategi ST - Menjaga kualitas produk - Membuat harga yang kompetitif sehingga dapat bersaing untuk meningkatkan daya beli konsumen - Menjalin kerjasama dengan pesaing | Strategi WT - Memaksimalkan kegiatan promosi agar tetap bisa bersaing dengan pesaing - melibatkan informan serta menambah wawasan terhadap teknologi dan kemajuan jama dalam menarik konsumen - Melakukan kerjasama dengan pihak instasi/lembaga lain guna perbaiki sarana dan prasarana pendukung usaha agar lebih berkembang lagi. |

Sumber : Data di olah, 2022

- Strategi SO (*Strength and Opportunity*).

Strategi SO (*Strength and Opportunity*) adalah strategi untuk menangkap dan memanfaatkan peluang industri yang ada dengan memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

a. Memanfaatkan sumberdaya yang hanya ada di Kepulauan Riau

Pemanfaatan sumberdaya yang hanya ada di Kepulauan Riau, Potensi wilayah Kepulauan Riau dengan wilayah laut 96 persen mempunyai potensi perikanan yang besar baik di sektor perikanan tangkap, perikanan budidaya, pengolahan produk perikanan, industri bioteknologi kelautan, industri sumber daya laut dalam dan pemanfaatan muatan barang kapal tenggelam, wisata bahari dan potensi mangrove dan terumbu karang, karena potensi laut itu begitu luas dan banyak beraneka ragam, akan tetapi yang lebih unik ini adalah siput gonggong yang cuman ada di kepulauan riau saja dan tidak ada di tempat lain selain di sini, maka dari itu kepulauan riau menjadikan siput gonggong ikonik khasnya kepulauan riau.

b. Mempertahankan harga produk yang kompetitif

Mempertahankan harga produk yang berkompetitif untuk strategi menetapkan harga dengan mempertimbangkan harga produk kompetitor di pasar, jadi tujuan adanya produk yang kompetitif untuk membuat *brand* tanpa lebih unggul dari segi harga, lebih murah dari kompetitor.

c. Memperluas saluran pendistribusian produk pada tingkat regional, nasional, dan internasional.

Memperluas saluran pendistribusian produk pada tingkat regional, nasional, dan internasional agar produk di jual mudah di sebar, agar mudah tersebar produk juga dapat di lakukan pemetaan outlet-outlet untuk memperlancar proses distribusi produk. Setelah produk baru didistribusikan maka harus melakukan evaluasi secara berkala, Temukan daerah mana saja yang kemajuan distribusinya lancar, Berikan perhatian khusus pada daerah yang distribusinya tidak lancar. Maka dari itu setelah melakukan monitoring, secara rutin maka bisa di tentukan area mana yang sukses dan gagal dan bisa memperluas produk pada tingkat regional, nasional, hingga internasional.

d. Adanya pasar yang luas tentunya dapat meningkatkan jumlah produksi sehingga tenaga kerja yang dibutuhkan juga banyak.

Pasar yang luas di karenakan pemilik usaha kerupuk gonggong ini sudah memperluas pasarnya dari Tanjungpinang, Batam daerah luar jawa indonesia dan luar negeri seperti Singapore dan Malaysia di karenakan memproduksi kerupuk gonggong ini dapat membantu tenaga kerja juga untuk menurunkan angka pengangguran di daerah Kepulauan Riau.

- Strategi WO (*Weakness and Opportunity*).

Strategi WO (*Weakness and Opportunity*) Adalah strategi ini ditujukan untuk memperbaiki atau membenahi kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan supaya dapat memanfaatkan atau mengambil peluang yang ada di industri.

- a. Melakukan kegiatan produksi dengan menggunakan alat modern agar bisa memenuhi permintaan pasar

Melakukan kegiatan produksi dengan menggunakan alat modern sangat di perlukan di karenakan semakin lama perkembangan industri pengolahan semakin modern dan permintaan pasar begitu luas maka dari itu industri pengolahan kerupuk agar memupgrade proses pengolahan kerupuk Gonggong semakin modern.

- b. Membuat inovasi produk jenis produk yang di tawarkan

Membuat inovasi produk jenis produk seperti menambahkan varian rasa dan menambahkan varian bentuk dari kerupuk Gonggong agar lebih menarik untuk di beli agar konsumen tidak bosan membeli dan merasakan varian rasa yang di tawarkan .

- c. Meningkatkan kegiatan promosi

Promosi dalam rangka pengenalan produk atau turut berpartisipasi dalam event-event pameran seperti pameran UMKM dan pameran UKM agar bertujuan agar meningkatkan kepercayaan dan keyakinan masyarakat terhadap kerupuk gonggong yang memiliki ciri khas di wilayah Kepulauan Riau. Melakukan promosi produk agar semua produk yang di promosikan agar di kenal oleh masyarakat lokal, masyarakat luar jawa, Indonesia dan mancanegara.

- d. Mengembangkan pengetahuan pada jaringan komunikasi dan informasi tentang teknologi yang mendukung kemajuan usaha

Perkembangan pengetahuan pada jaringan komunikasi dan informasi tentang teknologi yang mendukung kemajuan usaha teknologi berpengaruh dalam

dunia usaha yang bisa dapat membantu dalam kegiatan inovasi serta pemasaran karena peran untuk menunjang kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan dan ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang kepada pembeli.

- Strategi ST (*Strength and Threat*).

Strategi ST (*Strength and Threat*) adalah strategi yang ditujukan untuk mengurangi atau meminimalisir ancaman industri suatu perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan internal suatu perusahaan.

a. Menjaga Kualitas Produk

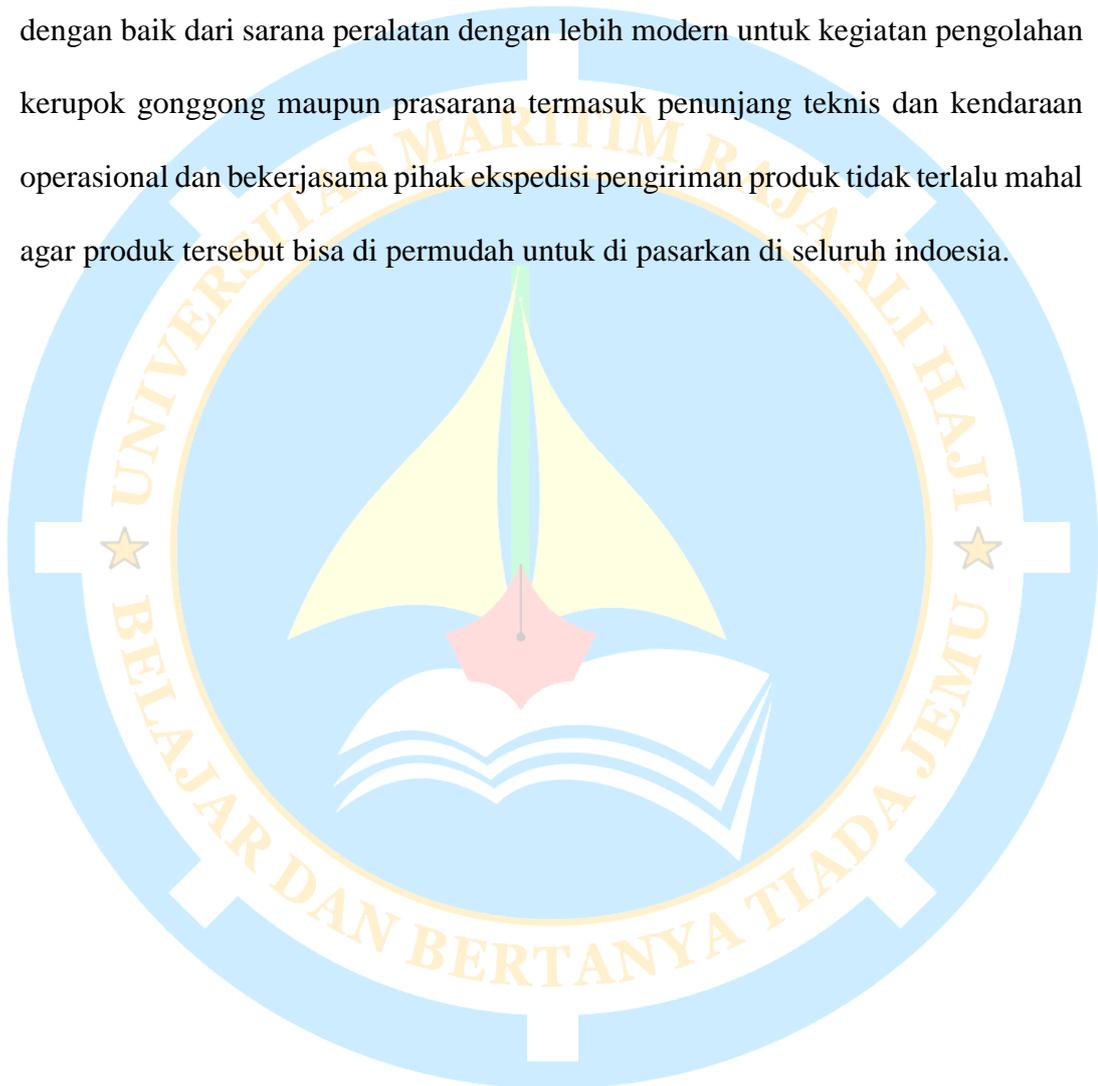
Menjaga kualitas produk Kerupuk Gonggong agar tidak mengubah adonan dan pengolahan yang sudah di takarkan untuk konsumen dan produk Kerupuk Gonggong bisa dapat bertahan 6 bulan setelah di masak dan untuk kerupuk gonggong yang masih mentah dapat bertahan hingga 2 tahun dan tertarik untuk melihat kemasan yang sangat inovasi dan kreatif.

b. Membuat harga yang kompetitif sehingga dapat bersaing untuk meningkatkan daya beli konsumen

Daya beli konsumen Membuat harga yang kompetitif dapat bersaing untuk meningkatkan daya beli konsumen mempertahankan harga produk yang berkompetitif di karenakan produk kerupuk Gonggong sudah jadi nomor satukan baik dari kemasan produk, ketahan Kerupuk Gonggong, dan inovasi produk untuk bisa meningkatkan daya beli konsumen

- c. Melakukan kerjasama dengan pihak instansi/lembaga lain guna memperbaiki sarana dan prasarana pendukung usaha agar lebih berkembang lagi.

Dengan adanya kerjasama dengan pihak instansi/lembaga lain guna memperbaiki sarana dan prasarana pendukung usaha agar usaha kerupuk gonggong berjalan dengan baik dari sarana peralatan dengan lebih modern untuk kegiatan pengolahan kerupuk gonggong maupun prasarana termasuk penunjang teknis dan kendaraan operasional dan bekerjasama pihak ekspedisi pengiriman produk tidak terlalu mahal agar produk tersebut bisa di permudah untuk di pasarkan di seluruh indonesia.



Tabel 4.2
IFAS dan EFAS

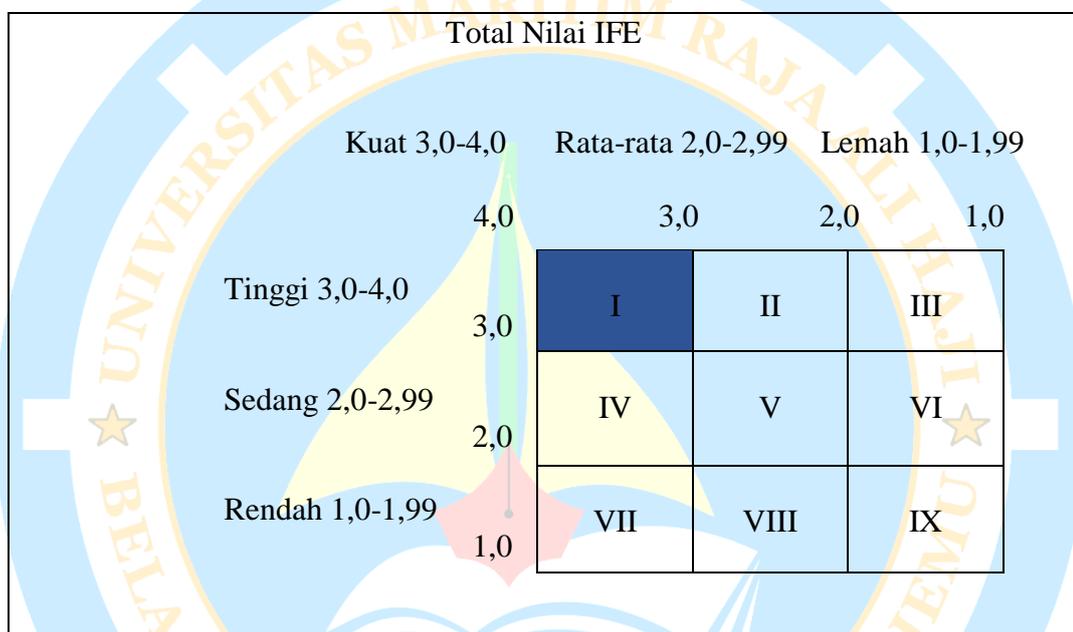
| FAKTOR INTERNAL | | | |
|--|-------------|--------|----------------|
| Faktor-faktor Strategis Internal | Bobot | Rating | Bobot x Rating |
| Strengths | | | |
| 1. Kualitas produk | 0,15 | 4 | 0,60 |
| 2. Tenaga kerja | 0,10 | 3 | 0,30 |
| 3. Bahan baku | 0,09 | 4 | 0,36 |
| 4. Harga yang kompetitif | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 5. Promosi | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 6. Lokasi | 0,10 | 4 | 0,40 |
| Weakness | | | |
| 1. Proses produksi yang lama | 0,11 | 2 | 0,22 |
| 2. Jenis produk | 0,15 | 2 | 0,30 |
| 3. Susahnya saluran pendistribusian produk | 0,10 | 2 | 0,20 |
| Total | 1,00 | | 3,18 |
| FAKTOR EKSTERNAL | | | |
| Faktor-faktor Strategis Internal | Bobot | Rating | Bobot x Rating |
| Opportunities | | | |
| 1. Potensi Wilayah Kepulauan Riau | 0,20 | 3 | 0,60 |
| 2. Perkembangan Teknologi | 0,12 | 4 | 0,48 |
| 3. Permintaan daya beli konsumen | 0,18 | 4 | 0,72 |
| 4. Pasar yang luas | 0,11 | 4 | 0,44 |
| Threats | | | |
| 1. Perubahan selera konsumen | 0,19 | 2 | 0,38 |
| 2. Kondisi Cuaca | 0,09 | 2 | 0,18 |
| 3. Regulasi Pemerintah | 0,11 | 2 | 0,22 |
| Total | 1,00 | | 3,02 |

Sumber : Data di olah, 2022

Dari hasil perhitungan skor IFAS dan EFAS diatas, maka diperoleh skor faktor internal sebesar 3,18 dan faktor eksternal sebesar 3,02. Selanjutnya kedua skor tersebut digunakan untuk mengetahui posisi strategi usaha dengan menggunakan matriks IE sebagai berikut.

Gambar 4.3

Matriks IE Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang



Sumber : Data diolah, 2022

Strategi Kuadran 1 : Pada situasi kuadran 1, berada pada situasi yang paling menguntungkan. Posisi pada kuadran 1, berarti perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan. Strategi yang harus diambil dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau growth oriented strategy dengan memanfaatkan peluang yang ada serta kekuatan internal yang dimiliki perusahaan.

Hasil dari analisis matrik IE diatas menunjukkan bahwa usaha Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang berada di kuadrat I. Posisi ini mengindikasikan dalam posisi yang sangat menguntungkan. Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki memiliki alternatif strategi *grow and build* (tumbuh dan membangun). Strategi tersebut berfokus pada *market penetration*, *market development*, dan *product development* atau *integrative* seperti *backward integration*, *forward integration* dan *horizontal integration*. *Market penetration* bertujuan untuk memperbesar pangsa pasar dengan usaha pemasaran yang maksimal. *Market development* menargetkan pelanggan di luar segmen saat ini. *Product development* bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menambahkan jenis kerupuk gonggong yang di jual saat ini.

4.4 Pembahasan Analisis Strategi Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang

Melihat strategi SWOT Menurut (Pambayun aji widagdha, 2018) di dapati bahwa situasi perkembangan bisnis yang selalu dinamis dapat menjadikan peningkatan atau ancaman bagi sebuah perusahaan. Salah satu upaya untuk mengetahui strategi yang tepat bagi perusahaan adalah melalui analisis SWOT. Terdapat analisa internal perusahaan yaitu kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weakness*). Serta analisis eksternal yaitu peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Weakness*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap lingkungan internal dan lingkungan eksternal serta strategi yang tepat untuk di terapkan.

Salah satu indikator keberhasilan usaha adalah volume penjualan yang terus meningkat. Komponen penjualan sangat penting untuk diingat setelah proses produksi selesai dan sebelum beralih ke negosiasi harga. Karena jika penjualan tidak dapat dioptimalkan untuk meningkatkan volume penjualan, betapapun bagus produk, seberapa rendah harganya, atau aspek lainnya, itu tidak akan berfungsi dengan baik dan akurat.

Usaha Kerupuk Gonggong Di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang sampai saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa faktor internal yang berpengaruh pada perkembangan usaha terdiri dari kekuatan dan kelemahan usaha tersebut. Kekuatan yang dimiliki Kerupuk Gonggong CV Kriya Rezeki antara lain: a) kualitas produk; b) tenaga kerja; c) bahan baku; d) harga; e) promosi; f) lokasi. Adapun kelemahannya adalah: a) proses produksi lama; b) jenis produk; c) susah pendistribusian produk

Dari hasil penelitian juga ditemukan bahwa faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Peluang yang dimiliki Kerupuk Gonggong CV Kriya Rezeki antara lain: a) potensi wilayah kepulauan riau; b) perkembangan teknologi; c) permintaan daya beli konsumen; d) pasar yang luas. Adapun ancamannya yaitu adalah: a) perubahan selera konsumen; b) kondisi cuaca tidak menentu dan c) regulasi pemerintah.

Rencana pemasaran yang dapat membuat perusahaan berkembang sangat diperlukan mengingat persaingan yang ketat. Ketika memutuskan suatu strategi,

perusahaan harus memanfaatkan kekuatannya, menangkap peluang, dan menggunakan kelemahannya sebagai senjata untuk mengurangi dampak dari bahaya apa pun yang mungkin muncul dan perlu ditangani. Bisnis harus memuaskan klien target mereka lebih efektif daripada saingan agar berhasil. Akibatnya, rencana pemasaran harus dimodifikasi untuk memperhitungkan keinginan pelanggan dan upaya pesaing. Menganalisis pesaing adalah langkah pertama dalam menciptakan rencana pemasaran yang kompetitif. Perusahaan secara teratur membandingkan nilai yang diberikan oleh produk, harga, distribusi, dan promosinya dengan nilai yang diberikan kepada pelanggan dekatnya.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT dapat meningkatkan volume penjualan Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang. Analisis SWOT membantu usaha ini untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman digunakan untuk menyusun strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Hasil dari analisis matrik IE menunjukkan bahwa Kerupuk Gonggong Di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang pada posisi *grow and build* (tumbuh dan membangun). Strategi yang di terapkan adalah *market penetration*, *market development* dan *produk development*. Upaya yang dapat dilakukan dalam strategi *market penetration* adalah dengan memperluas pangsa pasar Kerupuk Gonggong Di CV Kriya Rezeki, dalam strategi *market development* dapat dilakukan dengan membuka cabang di wilayah yang sama atau di wilayah yang berbeda, sedangkan dalam strategi *product development* adalah dengan melakukan inovasi terhadap produk Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki.

BAB V

KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT dapat meningkatkan volume penjualan pada Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang. Analisis SWOT membantu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh usaha Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki. Hal ini digunakan untuk menyusun strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Hasil yang telah digambarkan pada diagram analisis SWOT memperhatikan bahwa Usaha Kerupuk Gonggong di CV Kriya Rezeki Kota Tanjungpinang berada posisi kuadrat I, yang mana posisi usaha tersebut memiliki kekuatan yang memadai untuk bisa memanfaatkan peluang yang ada. Kemungkinan yang ada dengan kekuatan internal usaha yang dimiliki, agar mampu mendukung upaya membangun perusahaan pengolahan kerupuk di masa depan, merupakan komponen terpenting dalam pengembangan usaha kerupuk gonggong.

5.2 Saran

Untuk mengoptimalkan penerapan analisis strategi SWOT dengan baik dan berdasarakan hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang perlu menjadi pertimbangan antara lain :

1. Saran bagi pemilik usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sebagai berikut :

- a. Perlu adanya peningkatan dalam penerapan analisis strategi SWOT agar volume penjualan dapat ditingkatkan khususnya dalam menganalisis peluang yang ada
- b. Diharapkan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan dari segi produk dengan menambah varian rasa maupun meningkatkan kualitas produk.
- c. Diperlukan adanya pembudidaya siput gonggong agar stok bahan baku terpenuhi untuk mengantisipasi bahan baku tidak ada di saat angin utara.

2. Saran bagi pemerintah

Agar dapat lebih memperhatikan lagi UMKM di kota Tanjungpinang dengan memberikan dukungan yaitu dari modal maupun lainnya, mengadakan event-event besar seperti pameran atau bazar agar dapat bisa terus mengembangkan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanta, 2013) Analisis Strategi SWOT untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap
- Bahri, Syaiful. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
- Budiman. 2020. *Analisis SWOT pada Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada Percetakan Paradise Sekampung)*. Lampung : Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung.
- Bungin, Burhan. 2016. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Prenamedia Group.
- Farizan Renaldi, 2019 Studi Kasus Prospek Usaha OUTLET aneka Kerupuk Hasil Olahan Laut Di wilayah Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau
- Hubeis, & Najib. (2015). Strategi Produksi Pangan Organik Bernilai Tambah Tinggi Yang Berbasis Petani. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 18(3), 194-199
- Jatmiko, RD. 2018. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : BPFE.
- Kementerian Koperasi dan UKM 2021 [Http://umkm.depkop.go.id](http://umkm.depkop.go.id) [11 oktober 2021]
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2019. *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc
- Latif, 2021 Strategi Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Rumah Makan Padang Raya Santiago Sario Manado
- Langi, T.P. 2020. Pengaruh Strategi Swot Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Otak-Otak Bu Iza Sei Enam)
- Miftahul Ulum, 2019. Analisis Strengths Weaknesses Opportunities Treats Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Nugget Pisang Manabanana Kepatihan Tulungagung.
- Pambayun Aji Widagdha, 2018. Strategi Peningkatan Volume Penjualan Obat Genetik Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus Pada PT. Bernofarm Pharmaceutial Semarang)
- Permata dan Aini, 2020 Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan Produk dengan Matrik BCG dan SWOT Analisis
- Rangkuti Freddy. 2016. *Analisis SWOT.Teknik Membeda Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti Freddy. 2017. *Analisis SWOT.Teknik Membeda Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

- Riska Imroatul Masruroh, 2021. Analisis Swot (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan (Studi Pada UD. BERKAH TANI Rejotangan Tulungagung)
- Rifkiawan Baba, 2019. Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'philocoffee Di Kabupaten bolaang mongondow Utara
- Santy, 2020. Analisis SWOT pada Rumah Makan Cihui Vegetarian untuk Meningkatkan Volume Penjualan. Jurnal universitas internasional batam, <http://repository.uib.ac.id/id/eprint/3099>
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Suratiyah, 2019. *Ilmu Usaha Tani*. Jakarta : Penerbang Swadaya.
- Sulaiman, 2019. Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UD Sukron Desa Gragalan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Tulungagung : Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Swasta, DH Basu. 2018. *Azas-Azas Marketing*. Jakarta : Liberty.
- Scholes, Jhonson and. (2016). *Exploring Corporate Strategy*
- Tambunan. 2017. *Perkembangan Industri Kecil di Indonesia*. Jakarta : PT. MukhtiarWidia.
- Yudhanto, Yudho. 2019. *Information Technology Business Start-Up*. Jakarta: PT. Elex Media Kompotindo.



LAMPIRAN

Lampiran I : Hasil Wawancara

REKAPAN HASIL WAWANCARA

DATA INFORMAN

Informan : Pemilik Usaha CV Kyria Rezeki

Nama : Bapak Bonak Chandra

Tanggal Wawancara : 5 Februari 2022

| | |
|----------|---|
| | Materi Wawancara |
| Peneliti | Bagaimana sejarah berdirinya usaha CV Kyria rezeki Kota Tanjungpinang ? |
| Informan | Sejarahinya berdiri usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini, pada tahun 1988 memang saat itu ada kemauan kemauan untuk berwirausaha, mulanya Berawal dari saya bekerja bersama teman di Tanjungpinang masih bujang dan sampai saya berkeluarga, jadi saya di ajak dengan adik saya di Palembang, Sesudah ke Palembang di sana saya belajar dengan adik saya melihat kesempatan di Tanjungpinang membuat kerupuk bagus, Jadi saya belajar dahulu di Palembang, dan untuk belajar sendiri saya belajar membuat kerupuk selama hampir 2 tahun untuk melihat proses pengolahan kerupuk, proses pengeringan kerupuk dan proses pengemasan untuk menjadikan sebuah produk. Setelah itu saya balik lagi ke tanjungpinang untuk memulai membuka usaha tersebut. di awal kami berdiri kami melakukan riset awal yaitu kami memproduksi 20 pcs dan di jual langsung ke warung-warung, dan menitipkan ke swalayan sekitar, masyarakat cuman tau seafood gonggong, nah dari situ saya punya ide untuk membuat kerupuk gonggong agar |

| | |
|----------|---|
| | <p>masyarakat tau produk kerupuk gonggong ini bisa di kenal oleh masyarakat dan dari situlah saya untuk mendirikan usaha kerupuk gonggong ini.</p> |
| Peneliti | <p>Bagaimana proses pengolahan kerupuk gonggong ini ?</p> |
| Informan | <p>Kerupuk gonggong ini terbuat dari daging siput Gonggong yang sudah di rebus di ambil dari dalam cangkangnya lalu di haluskan memakai mesin supaya daging gonggong tersebut dapat di olah. Setelah selesai dihaluskan kemudian siapkan bumbu yang di akan di adon menggunakan mesin pengadon yaitu dengan menggunakan bumbu (tepung tapioka, cae, gara, gula, penyedap rasa, dan minyak goreng nabati), kemudian di tambahkan air panas agar adonan kerupuk gonggong merekat sempurna, tinggal giling adonan sampai tercampur rata, Selanjutnya giling dan bentuk bola besar ditambahkan tepung-tepung agar adonan padat dan kalis, Selanjutnya adonan kerupuk gonggong di cetak dengan menggunakan bantuan mesin tinggal di masukan adonan dan nyalakan mesin untuk proses menjadi bentuk sosis panjang, Kemudian tampung adonan menggunakan papan lalu di hamburkan tepung dan di gulung supaya tidak lengket, Setelah isi rak sudah penuh kemudian di kukus dengan menggunakan wajan besar selama setengah jam, Setelah sudah siap lalu angkat kukusan dan pindahkan adonan kerupuk dalam nampan berlubang agar adonan kering dan tidak menempel, Selanjutnya jemur adonan selama seharian tetapi jangan di jemur adonan terlalu kering agar adonan kerupuk gonggong tidak keras. Setelah sudah kering adonan di angkat lalu di potong menggunakan mesin dan di goreng dua kali di wajan yang berbeda.</p> |

| | |
|----------|--|
| Peneliti | Apa saja jenis kerupuk gonggong yang di jual dan berapa jumlah produksi yang di jual di CV kyria Rezeki |
| Informan | Kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki ini memiliki dua jenis varian kerupuk gonggong rasa original dan pedas. |
| Penulis | Bagaimana keadaan ketenagakerjaan di usaha CV kyria Rezeki, misalnya jumlah karyawan saat ini, jam kerjanya, gaji karyawan, serta pembagian tugasnya apa saja ? |
| Informan | Karyawan di sini punya tugas masing masing ada yang bagian pengambilan isi dari cangkang gonggong, pengrebusan siput gonggong, pengukusan dan penggilingan, pencetakan, bagian penjemuran, penggorengan, packing pengemasan dan pengantaran. saya di sini Mas jumlah tenaga kerja ya di sebut lah karyawan saya itu bejumlah 9 orang serta sekaligus membantu mengeluarkan dari cangkang, pengolahan gonggong, penjemuran serta dalam proses produksi dan penjualan. Dulu saya sempat ada Mas 23 orang tetapi gara-gara Covid-19 penjualan menurun semua penjualan tidak ada maka dari itu ada pengurangan karyawan mas tetapi sejak adanya kebijakan baru new normal dan telah di bukanya kembali aktivitas biasa dan permintaan kerupuk gonggong semakin lama semakin meningkat maka dari itu perlahan saya membuka rekrutmen untuk menambah kembali karyawan mas terutama saya mengambil penduduk sekitar di dahuluin Mas di tempat usaha saya ini karena paling utama saya lakukan, Sebelum saya rekruten atau ada yang melamar di usaha saya, Saya mengajarkan dulu prosesn pengolahanya gimana, proses penjemuranya gimana, proses pengambilan isi siput gonggong dan cara membersihkannya gimana, di posisinya masing-masing agar produk yang kita buat di sini |

| | |
|----------|---|
| | <p>mas menjadi produk yang berkualitas untuk di pasarkan ke konsumen. Jadwal jam dan hariannya itu hari senin-sabtu dari pukul 09.00-16.00 WIB, Tapi ketika pesanan membludak maka saya memberikan tambahan hari kerja atau menambah personil agar pekerjaan lebih kondusif.</p> |
| penulis | <p>Bagaimana perkembangan usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki dari awal dirintis sampai sekarang ini ?</p> |
| informan | <p>Awalnya usaha ini hanya memproduksi sekitar 20 bungkus kerupuk gonggong per bulan sekarang bisa kurang menjadi 300 per bulan. Karena adanya covid-19 makanya agak berkurang menjadi 150 pcs lebih kurang.</p> |
| Penulis | <p>Bagaimana anda melihat peluang yang ada di tanjungpinang?</p> |
| Informan | <p>Pertama memang saya sudah betul-betul melihat peluang yang ada di kepulauan riau ini semenjak saya bekerja masih bekerja di tanjungpinang semasa saya masih bujang dan sampai berkeluarga, semenjak itu saya memikirkan kenapa olahan laut cuman di masak untuk seafood tapi kok belum bisa mengolah olahan laut untuk di jadikan kerupuk maka dari itu saya punya ide belajar dulu untuk mengolah olahan laut menjadi kerupuk, dan saya melihat potensi yang ada di kepulauan riau adalah siput gonggong yang cuman ada di kepulauan riau ini saya betul-betul optimis sekali ini peluang besar untuk saya untuk memulai mengolah siput gonggong ini menjadi kerupuk gonggong</p> |
| Penulis | <p>Bagaimana harga yang di tawarkan Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezki Kota Tanjungpinang kepada konsumennya di bandingkan dengan pesaingnya ?</p> |

| | |
|----------|---|
| Informan | <p>Untuk harga kita sesuai dengan kualitas yang di berikan dan pastinya kita membeli harga yang terjangkau pada pembeli, menjual Kerupuk Gonggong ini mas Harganya yaitu Rp. 15.000/Pcs dengan berat 35gr dan untuk harga kemasan Rp. 22.000/Pcs dengan berat 80gr sedangkan kerupuk gonggong mentah di bandrol dengan harga Rp. 55.000/Pcs dengan berat 250gr dan untuk harga kemasan Rp. 100.000/produk dengan berat 500gr. Ini termasuk murah mas, saya survey tempat lain untuk ukuran 35gr saja sudah di jual Rp. 22.000/pcs sampai dengan Rp.25.000/Pcs apalagi untuk ukuran yang besar maka dari itu saya mempertahankan harga ini supaya bisa bersaing dan cepat laku untuk di jual</p> |
| Penulis | <p>Bentuk promosi apa sajakah yang telah di lakukan? Apakah efektif ?</p> |
| Informan | <p>saya bertujuan promosi di wilayah kepulauan riau dulu mas untuk di kenal di masyarkat lokal adanya pembuatan gonggong ini mejadi kerupuk gonggong dan lanjut di seluruh Indonesia itu sendiri mas supaya agar masyarat tau betul adanya kerupuk gonggong yang di buat, kan tau betul masyarakat kita cuman tau adanya seafood gonggong aja, maka dari itu tujuan saya membuat promosi biar masyarat tau adanya gonggong yang bisa di olah menjadi kerupuk gonggong ini. Saya biasanya melakukan promosi ikut berpartisipasi pameran UKM seperti festival kuliner di Tanjungpinang, IKM makanan dan minuman, dan event-event umkm lainnya, dan untuk promosi lainnya yaitu rekomendasikan produk tersebut dengan menggunakan melalu e-commerce dan marketplace. Contohnya sepeti webside seperti Bukalapak, Shopee, Tokopedia, Faceook, dan masih banyak yang lainnya, Karena bisa melihat langsung</p> |

| | |
|----------|--|
| | <p>produk di go nasional hingga go internasional. Ini merupakan strategi yang sangat efektif dan merupakan kekuatan untuk usaha kerupuk Gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini</p> |
| Penulis | <p>Bagaimana ada bisa mendapatkan bahan baku ?</p> |
| Informan | <p>Kalau untuk bahan bakunya sendiri sih mas di peroleh karena membeli langsung dari distributor yang merupakan masyarakat tempatan yang berjarak ±4 km yang memang memiliki pekerjaan profesi sebagai nelayan gitu mas, Sehingga dapat di beli dengan harga yang relatif murah,kalo kita membeli langsung dari pasar atau tempat langsung pihak ketiga pasti harganya lebih mahal maka dari itu saya ambil langsung mas dari distributornya, lagian pun dari nelayan di jual di penampungan juga maka dari itu nelayan pun terbantu, tetapi kalau pada bulan oktober sampai bulan april mas agak sulit mas untuk di dapati tetapi stok untuk kita dari distributor pasti memenuhi untuk permintaan usaha kami ini. Hal ini akan menjadi kekuatan untuk melakukan penambahan progress produksi dengan cepat.</p> |
| | <p>Bagaimana dengan strategi harga yang di gunakan oleh usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang</p> |
| | <p>Untuk harga kita sesuai dengan kualitas yang di berikan dan pastinya kita membeli harga yang terjangkau pada pembeli, menjual Kerupuk Gonggong ini mas Harganya yaitu Rp. 15.000/Pcs dengan berat 35gr dan untuk harga kemasan Rp. 22.000/Pcs dengan berat 80gr sedangkan kerupuk gonggong mentah di bandrol dengan harga Rp. 55.000/Pcs dengan berat 250gr dan untuk harga kemasan Rp. 100.000/produk dengan berat 500gr. Ini termasuk murah mas, saya survey tempat lain</p> |

| | |
|----------|---|
| | <p>untuk ukuran 35gr saja sudah di jual Rp. 22.000/pcs apalagi untuk ukuran yang besar maka dari itu saya mempertahankan harga ini supaya bisa bersaing dan cepat laku untuk di jual</p> |
| Penulis | <p>Menurut anda, faktor apa saja yang menjadi hambatan di usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang</p> |
| Informan | <p>Menjadi faktor hambatan usaha kerupuk gonggong ini adalah pendistribusian produk ada yang beli dari luar daerah kerupuk gonggong dengan harga Rp 15.000/Pcs tetapi ongkir untuk ke daerah luar daerah saja memakan biaya ongkir sebesar Rp.50.000 tidak setara dengan produk yang akan di kirimkan, maka dari itu agak sulit menjual ke daerah luar untuk pengiriman mahal seperti ini mas maka dari itu saya agak keberatan ongkir yang sudah di tetapkan</p> |
| Penulis | <p>Menurut anda, bagaimana perkembangan teknologi yang ada sekarang saat ini pengolahan kerupuk gonggong di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang?</p> |
| Informan | <p>Menurut saya perkembangan teknologi di usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini masih tahap penyesuaian mesin pengelohan agar kedepanya lebih baik lagi dan juga sumber daya manusia nya juga bisa di jadikan inovasi dan kreativitas.</p> |
| penulis | <p>Apakah penjualan dari bulan juli hingga desember mengalami peningkatan ?</p> |
| informan | <p>meningkat, semua melihat dari pembelian konsumen dari bulan juli hingga desember</p> |
| Penulis | <p>Apakah kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini memiliki jaringan pasar yang luas ?</p> |

| | |
|----------|--|
| Informan | Iya, jaringan kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki ini jaringan pasar ke penjualan lokal, penjualan luar daerah dan ke luar negeri seperti ke asia tenggara, singapore, dan Malaysia |
| Penulis | Apakah anda melihat adanya perubahan selera konsumen pada kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang? |
| Informan | Pasti ada perubahan selera konsumen melihat saja dari penjualan kerupuk gonggong ini. Gak selamanya konsumen memakan kerupuk gonggong ini. |
| Penulis | Menurut anda, apa ada hal lain di dalam ancaman kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ? |
| Informan | Ada, di dalam ancaman kerupuk gonggong ini adalah cuaca yang tidak menentu untuk penjemuran kerupuk gonggong ini maka dari itu proses menjadi lambat. |
| Penulis | Berapa lama produk dapat bertahan ? |
| Informan | Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki juga memiliki ketahanan yang cukup baik, yaitu dapat bertahan 6 bulan setelah di masak dan untuk kerupuk gonggong yang masih mentah dapat bertahan hingga 2 tahun. |
| Penulis | Bagaimana menurut anda, tempat usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini tempat yang strategis. |
| Informan | Karena menurut saya harus tempat startegi supaya masyakat dan pendatang baru tau adanya oleh-oleh khas kepulauan riau saya membuka outlet baru pondok gonggong oleh-oleh khas Kepulauan Riau di Jl. Ganet (Arah bandara) Blok C No.5 KM XI Tanjungpinang-kepri, kenapa saya membuka cabang |

| | |
|----------|---|
| | <p>Baru Lokasi outlet kami sudah membuka cabang baru yaitu di ganet karena di tempat situ peluang paling besar untuk memasarkan produk karena langsung ke bandara agar sebelum meninggalkan kota tanjungpinang dan wisatawan pun bisa berkunjung rute khusus oleh-oleh khas Kepulauan Riau ini.</p> |
| Penulis | <p>Menurut anda apakah kekuata (strength) yang di miliki usaha gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang</p> |
| Informan | <p>Kalo melihat kekuatan dari usaha saya adalah dari kualitas produk sangat baik karena saya lebih memilih mengutamakan Kualitas produk yang dihasilkan oleh Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang sangat baik karena dalam memasarkan produk selalu mengutamakan kualitas untuk kepuasan konsumen. Dengan kualitas yang dimiliki akan menjadi kekuatan bisnis untuk memasarkan produk ke konsumen dan lagi saya mengutamakan bahan-bahan yang alami karena kalo menggunakan pengawet saya juga tidak berani juga mas karena kalo memakai pengawet takutnya saya tidak amanah untuk menjual ke pembeli maka dari itu saya pun harus betul-betul memerhatikan bahan-bahan, pengelolaan, sampai tahap pengemasan agar tidak adanya hal-hal yang tidak di inginkan, kalo saya melihat dari tahap-tahapan untuk bisa bertahan lama kerupuk gonggong ini agar produk tidak lemau yaitu menjemur paling tidak 4-5 hari agar bisa bertahan lama karena gini mas cuaca itu harus melihat betul-betul panas tidak boleh mendung karena proses pemanasan harus rata kalo tidak rata jangan di harap kerupuk yang kita bikin bisa melempem, karena kita malu juga produk kita ekspor ke sampai mancanegara</p> |

| | |
|----------|---|
| Penulis | menurut anda, apakah kelemahan (<i>weakness</i>) yang di miliki usaha gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang, dan tempat outlet terbaru saya buka |
| Informan | Melihat kelemahan di usaha ini adalah kalau melihat proses produksinya lama karena harus betul betul melihat pengolahannya kira kira sampai produk jadi memakan waktu 7-12 hari tergantung dalam kondisi apapun, pertama proses produksi membuka isi siput gonggong dari cangkang, kemudian di bersihkan dan di cuci kembali untuk menjaga kebersihan dari bahan baku tersebut. Setelah daging siap kemudian di rebus terlebih dahulu selama 30 menit lebih, setelah siap daging di angkat kemudian di giling menggunakan mesin untuk mendapatkan tekstur yang lebih halus lagi di samping itu bahan-bahan lain seperti tepung dan bumbu-bumbuyang akan di gunakan di diapkan dan di adon. Setelah kedua proses tersebut selesai di lanjutkan dengan mengadon menggunakan bor yang telah di modifikasi dengan perbandingan 1:1, setelah adonan cukup kalis di adon kembali menggunakan tangan untuk mendapatkan adonan yang lebih padat, Setelah dirasa sesuai dengan keinginan proses selanjutnya yaitu membentuk adonan seperti tabung silinder dan di rebus di dalam air panas yang telah di campuri dengan garam (menjaga rasa) selama 30 menit. Setelah adonan matang di lanjutkan dengan penirisan dan pendinginan lalu di jemur selama 2 hari tergantung cuaca kadang pulang sampai 3-4 hari melihat keadaan cuaca yang mendung untuk mendapatkan tekstur yang lebih padat dan mudah untuk diiris serta kadar air yang sedikit. Setelah itu dodolan tersebut diiris tipis menggunakan pisau \pm 2 cm dan kemudian dijemur kembali sampai kering selama 3-4 hari, setelah itu timbang dan kemas serta siap untuk di pasarkan. Ini harus betul betul mengolah bahan sampai jadi harus telaten. |
| Penulis | menurut anda, apakah peluang (<i>opportunities</i>) yang di miliki usaha gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang? |
| Informan | Pertama memang saya sudah betul-betul melihat peluang yang ada di kepulauan riau ini semenjak saya bekerja masih bekerja di tanjungpinang semasa saya masih bujang dan sampai berkeluarga, semenjak itu saya memikirkan kenapa olahan laut cuman di masak untuk seafood tapi kok belum |

| | |
|----------|---|
| | <p>bisa mengolah olahan laut untuk di jadikan kerupuk maka dari itu saya punya ide belajar dulu untuk mengolah olahan laut menjadi kerupuk, dan saya melihat potensi yang ada di kepulauan riau adalah siput gonggong yang cuman ada di kepulauan riau ini saya betul-betul optimis sekali ini peluang besar untuk saya untuk memulai mengolah siput gonggong ini menjadi kerupuk gonggong</p> |
| Penulis | <p>menurut anda, apakah ancaman (<i>threats</i>) yang di miliki usaha gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang?</p> |
| Informan | <p>Menurut saya ancaman bagi usaha kami adalah regulasi pemerinah sangat pengaruh sekali soal penjualan di saat covid-19 karena terutama pendapatan saya menurun dan pengolahan kami harus di stop dahulu karena pendapatan yang kami terima tidak sesuai dengan pemasukan maka dari itu sulit sekali untuk membangkitkan usaha kerupuk tersebut maka dari itu sekarang ini sudah memasuki kan mas yang saya bilang tadi new normal dan sudah beraktifitas lagi mau membangkitkan penjualan ini sangat-sangat sabar sekali apalagi wisatawan belum masuk ke kepulauan riau itu sendiri.</p> |
| Penulis | <p>Bagaimana strategi produk yang di gunakan kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang?</p> |
| Informan | <p>Dulu pesaing belum banyak di bidang kerupuk gonggong ini, tetapi sekarang itu sudah banyak sekali produk yang sama, supaya kami bisa bertahan kami masukan unsur pembeda pada produk kami seperti rubah resepnya dengan menambahkan bahan bahan rahasia, dan kami mempersempurnakan kemasan produk yang kekinian</p> |

REKAP HASIL WAWANCARA

Data Informan

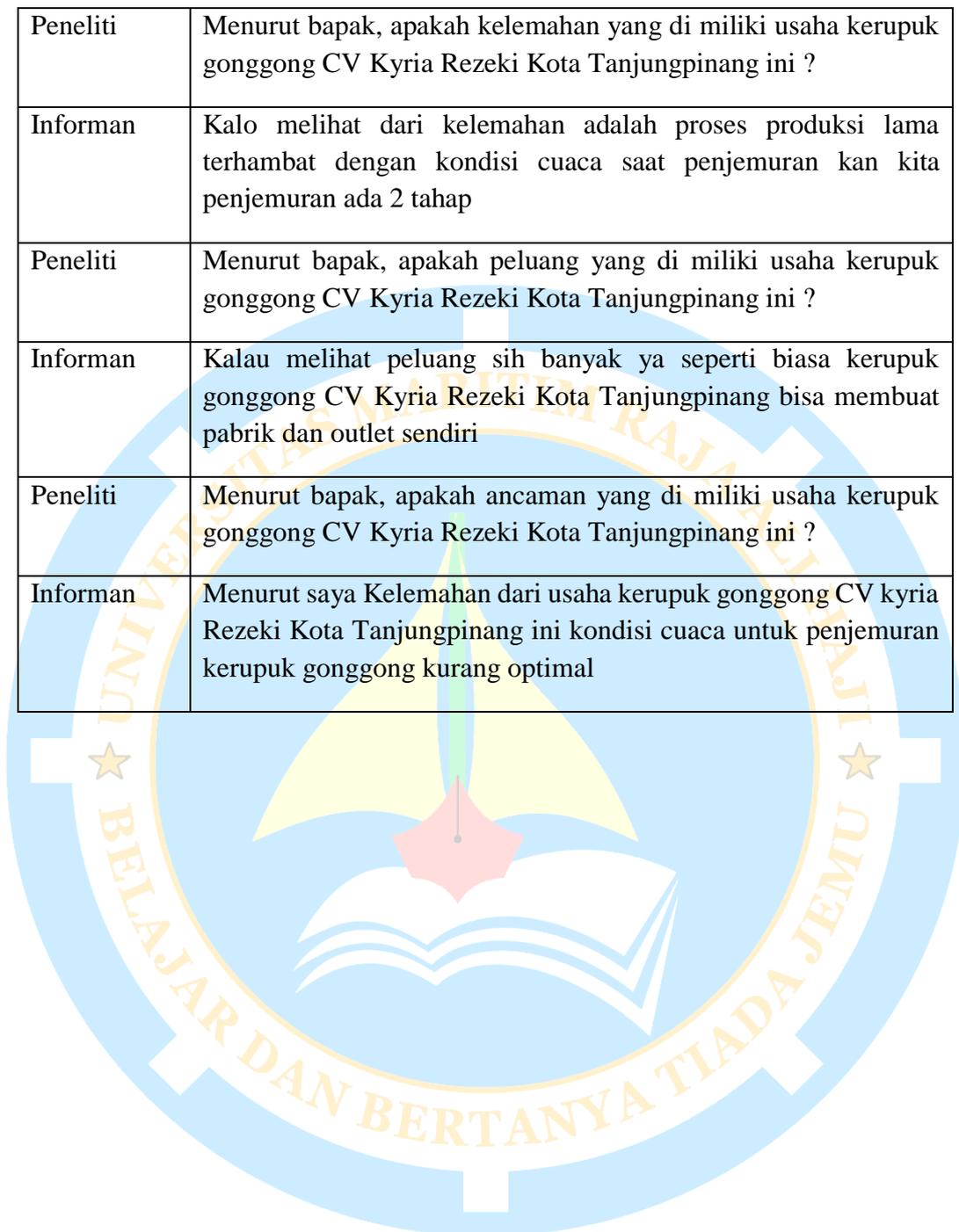
Informan : Karyawan

Nama : Bapak tony

Umur : 46 Tahun

| | Materi wawancara |
|----------|--|
| Peneliti | Sudah berapa lama Bapak bekerja di sini? |
| Informan | Dari tahun 2015 |
| Peneliti | Bagaimana sistem gaji yang di bayarkan |
| Informan | Di sini gaji di bayarkan per bulan dan dapat tunjangan hari raya setiap tahunnya |
| Peneliti | Bagaimana keadaan sarana atau penunjang dalam bekerja |
| Informan | Usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki kota Tanjungpinang memiliki sarana prasarana yang cukup lengkap dalam menunjang kegiatan dalam proses pengolahan kerupuk gonggong ini, seperti alat perlengkapan lainnya, jadi berjalan dengan lancar |
| Peneliti | Setiap manakah bapak mengantar kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini? |
| informan | Saya mengantar tidak setiap hari setiap stock berkurang saya menambah, setiap outlet-outlet yang ada di kawan tanjungpinang dan bintang, dan pengantaran seperti swalayan-swalayan besar dan outlet seperti pinang paleo dan sebagainya |
| Peneliti | Menurut bapak, apakah kekuatan yang di miliki usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ? |
| Informan | Produk berbeda dengan dengan produk lainnya dan memiliki ciri khas tersendiri, harga terjangkau |

| | |
|----------|--|
| Peneliti | Menurut bapak, apakah kelemahan yang di miliki usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ? |
| Informan | Kalo melihat dari kelemahan adalah proses produksi lama terhambat dengan kondisi cuaca saat penjemuran kan kita penjemuran ada 2 tahap |
| Peneliti | Menurut bapak, apakah peluang yang di miliki usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ? |
| Informan | Kalau melihat peluang sih banyak ya seperti biasa kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang bisa membuat pabrik dan outlet sendiri |
| Peneliti | Menurut bapak, apakah ancaman yang di miliki usaha kerupuk gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ? |
| Informan | Menurut saya Kelemahan dari usaha kerupuk gonggong CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini kondisi cuaca untuk penjemuran kerupuk gonggong kurang optimal |



REKAPAN HASIL WAWANCARA

Data Informan

Informan : Konsumen 1

Nama : Reza Andika

Umur : 25 Tahun

| | Materi Wawancara |
|----------|---|
| Peneliti | Sudah beberapa kali anda membeli produk kerupuk gonggong ini ? |
| Informan | Sudah 7 kali |
| Peneliti | Bagaimana anda mengetahui usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ? |
| Informan | Saya tau dari teman saya |
| Peneliti | Mengapa anda membeli kerupuk Gonggong CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang tidak di tempat lain ? |
| Informan | Awalnya dari teman saya mas pas saya liat tempat usaha ini ya karena lengkap aja mas di sini banyak mas kerupuk macam-macam kebetulan mas mengambil sampel kerupuk gonggong kebetulan juga saya beli kerupuk gonggong untuk keluarga saya di luar kota yang lagi berliburan di sini, enakya di sini sih mas kalo keluarga saya mau membeli kerupuk gonggong tinggal cari aja di marketplace seperti shopee dan masih banyak lagi, karena di sini saya membeli pas keluarga saya datang maka itu saya di suruh membeli dan sekaligus untuk kasih oleh-oleh untuk keluarga saya. produk Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini kalo melihat dari produk sudah termasuk bagus untuk di pasarkan ke konsumen karena karupuk gonggong di tempat lain sih mas saya kurang suka dengan produknya, maka dari itu setiap keluarga saya dari luar daerah saya selalu membelikan kerupuk gonggong yang utama karena keluarga saya cuman tau seafood gonggong aja di lestoran atau di tempat lainnya, gara-gara saya ada pernah beli kerupuk gonggong di sini saya mencoba kasih ke keluarga saya rupanya keluarga saya suka dan sekigus setia tahun ke sini tidak |

| | |
|----------|--|
| | lupa membelinya untuk di makan sendiri atau oleh-oleh untuk keluarga atau temanya di sana. |
| Peneliti | Menurut anda apa aja yang membuat beda antara produk CV kyria Rezeki Kota Tanjung pinang dengan yang lain |
| Informan | Saya suka sekali dengan produk ini mas karena ketahanan produk yang lama yang bisa di simpan berbulan bulan membuat keluarga saya suka dengan produk ini dari dulu |
| Peneliti | Menurut anda apakah produk yang di tawarkan memiliki desain atau tampilan yang menarik dari tempat lainnya ? |
| Informan | tampilan sangat bagus, unik menurut saya pribadi |
| Peneliti | Menurut anda apakah harga produk yang di tawarkan oleh CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini terjangkau untuk kemampuan daya beli masyarakat ? |
| Informan | Saya melihat dari segi harganya mas sangat murah sekali karena di tempat lain saya membeli di tempat lain seperti di kube atau dagangan online lainnya agak mahal maka dari itu juga di dagangan ini tidak mempunyai merek seperti yang di sini mas makanya saya membeli di sini |
| Penulis | Menurut ada apakah kelebihan dari tempat usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini? |
| informan | Ya karena lengkap aja mas di sini banyak mas kerupuk macammacam kebetulan mas mengambil sampel kerupuk gonggong kebetulan juga saya beli kerupuk gonggong untuk keluarga saya di luar kota yang lagi berliburan di sini, enakya di sini sih mas kalo keluarga saya mau membeli kerupuk gonggong tinggal cari aja di marketplace seperti shopee dan masih banyak lagi, karena di sini saya membeli pas keluarga saya datang maka itu saya di suruh membeli dan sekaligus untuk kasih oleh-oleh untuk keluarga saya. |
| Penulis | Menurut anda apakah kekurangan dari tempat usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini? |
| informan | Kekurangan dari produk kerupuk gonggong adalah saya sendiri lebih bagus ada varian rasa yang berbeda agar lebih bisa memilih |

| | |
|----------|--|
| | rasa yang di sukai citra rasa orang masing-masing agar orang gak bosan kan untuk merasakan rasa yang selera orang masing-masing |
| Penulis | Menurut anda, apakah melihat usaha penjualan kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki ini sangat menguntungkan? |
| Informan | Menurut saya pribadi sih penjualan di tanjungpinang sangat bagus sih bang karena potensi laut kita kan kepulauan dan gonggong ini ciri khas kan dengan indetik kepulauan riau maka dari itu ada kemungkinan peluang yang sangat besar untuk bisa menjual produk gonggong ini dan indetik juga khas kepulauan riau adalah gonggong jadi sangat menguntungkan. |
| Peneliti | Apakah ada saran dari kakak agar usaha Kerupuk Gonggong Cv kyria Rezeki Kota Tanjungpinang semakin berkembang? |
| Informan | Saran saya sih harus terus bisa berinovasi lagi dan menciptakan kerupuk gonggong yang terbaru dengan varian rasa yang lain |



REKAPAN HASIL WAWANCARA

Data Informan

Informan : Konsumen 2

Nama : Ibu Dwi

Umur : 28 Tahun

| | Materi Wawancara |
|----------|--|
| Peneliti | Sudah beberapa kali anda membeli produk kerupuk gonggong ini ? |
| Informan | Sudah sering membeli di sini, gak tau berapa kali membeli |
| Peneliti | Bagaimana anda mengetahui usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ? |
| Informan | Tau dari shopee |
| Peneliti | Mengapa anda membeli kerupuk Gonggong CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang tidak di tempat lain ? |
| Informan | Menurut saya bang produk yang saya beli di CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini sangat baik karena kemasan ini sangat bagus di pandang dan daya Tarik tersendiri untuk di di beli karena sudah langganan sejak dari dulu bang makanya saya suka berbelanja di sini |
| Peneliti | Menurut anda apa aja yang membuat beda antara produk CV kyria Rezeki Kota Tanjung pinang dengan yang lain |
| Informan | Beda dari kerupuk lain kalo kerupuk usaha ini ketahanan lebih lama dan ada logo halal |
| Peneliti | Menurut anda apakah produk yang di tawarkan memiliki desain atau tampilan yang menarik dari tempat lainnya ? |
| Informan | Desain dari produk usaha kerupuk gonggong ini cantik dan sangat bagus sekali sangat rapi |

| | |
|----------|---|
| Peneliti | Menurut anda apakah harga produk yang di tawarkan oleh CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini terjangkau untuk kemampuan daya beli masyarakat ? |
| Informan | Melihat harga dari kerupuk gonggong ini harga sangat terjangkau sih menurut saya |
| Peneliti | Menurut ada apakah kelebihan dari tempat usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini? |
| Informan | Kelebihan melihat dari produk kerupuk gonggong yang sangat bagus dan untuk oleh oleh khas tanjungpinang untuk keluarga di luar daerah |
| Peneliti | Menurut anda apakah kekurangan dari tempat usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini? |
| Informan | Kekurangan sih rasa nya aja cuman ada 2 varian pedas dan original |
| Penulis | Menurut anda, apakah melihat usaha penjualan kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki ini sangat menguntungkan? |
| informan | Kalo untuk melihat penjualan kerupuk gonggong peluang yang ada di sini ya sangat baik, kan mereka cuman tau aja seafood Gonggong itu cuman di makan jadi olahan seafood gonggong, jadi harus ada yang di olah juga menjadi kerupuk gonggong |
| Peneliti | Apakah ada saran dari kakak agar usaha Kerupuk Gonggong Cv kyria Rezeki Kota Tanjungpinang semakin berkembang? |
| Informan | Saran untuk usaha ini agar varian rasa seperti ini aja sih bang selera orang kan berbeda-beda saya sih sama aja biar gak bingung mau rasa apa kan itu tergantung orangnya masing masing sih bang |

REKAPAN HASIL WAWANCARA

Data Informan

Informan : Konsumen 3

Nama : Sri Astutie

Umur : 29 Tahun

| | Materi Wawancara |
|----------|---|
| Peneliti | Sudah beberapa kali anda membeli produk kerupuk gonggong ini ? |
| Informan | Baru yang 3 kalinya |
| Peneliti | Bagaimana anda mengetahui usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini ? |
| Informan | Tau dari sodara dan melihat dari facebook |
| Peneliti | Mengapa anda membeli kerupuk Gonggong CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang tidak di tempat lain ? |
| Informan | Dari melihat pandang saya produk kerupuk gonggong sendiri sih bagus, sangat unik sih kemasannya karena saya saya suka sekali dengan produknya karena saya baru tau di sini ada jual kerupuk gonggong yang ada di tanjung pinang ini, Lagi pula pun saya baru tau adanya pengolahan gonggong ini menjadi kerupuk gonggong makan dari itu saya mencoba mencicipi dan rasanya enak ini saya sudah ke lima kalinya untuk membeli produk ini |
| Peneliti | Menurut anda apa aja yang membuat beda antara produk CV kyria Rezeki Kota Tanjung pinang dengan yang lain |
| Informan | Kalo melihat kerupuk di usaha ini sangat enak |
| Peneliti | Menurut anda apakah produk yang di tawarkan memiliki desain atau tampilan yang menarik dari tempat lainnya ? |
| Informan | Dari desain dari kerupuk gonggong ini untuk oleh-oleh khas tanjungpinang sangat bagus dan menarik di pandang |

| | |
|----------|---|
| Peneliti | Menurut anda apakah harga produk yang di tawarkan oleh CV kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini terjangkau untuk kemampuan daya beli masyarakat ? |
| Informan | saya selalu membelinya di sini kalo ada sodara saya datang luar daerah untuk dijadikan oleh-oleh, soal harga beda jauh di tempat lain karena di sini harganya jarang berubah kalo harga berubah pun tidak kemungkinan tidak naik semahal yang di jual tempat lain |
| Peneliti | Menurut ada apakah kelebihan dari tempat usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini? |
| Informan | Kelebihan dari kerupuk gonggong yang ada di sini adalah bentuk kemasan sangat bagus |
| Peneliti | Menurut anda apakah kekurangan dari tempat usaha CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang ini? |
| Informan | Kekuarangan sih tidak ada tapi perlu di tambahkan rasa biar enak |
| Penulis | Menurut anda, apakah melihat usaha penjualan kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki ini sangat menguntungkan?★ |
| informan | saya melihat dari peluang ini sangatlah bagus karena ini menjadi ciri khas oleh oleh khas kepulauan riau adalah kerupuk gonggong dan lagian pula kan Cuman adanya di kepulauan riau saja jadi peluang untuk memasarkan produk penjualan sangat bagus sampai ke luar daerah dan sampai ke luar negara seharusnya itu menjadikan peluang untuk penjualan oleh-oleh khas tanjungpinang ini |
| Peneliti | Apakah ada saran dari kakak agar usaha Kerupuk Gonggong Cv kyria Rezeki Kota Tanjungpinang semakin berkembang? |
| Informan | Saran untuk usaha ini adalah pertahankan yang sudah ada dan agar bisa menambahka kerupuk gonggong lainnya seperti rasa dan bentuk kerupuk gonggong ini. |

Lampiran II ; Dokumentasi

Produk Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang



Surat Izin Usaha Kerupuk Gonggong

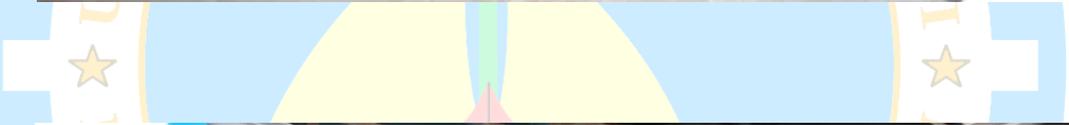


Tempat usaha



Dokumentasi Penelitian











RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Muhammad Khairul Dafir, dilahirkan di Bintan, Kepulauan Riau pada 07 Juli 1999. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Abdul Jamal dan Ibu Khairiyah. Selama masa Perkuliahan, penulis berdomisili di Kampung Pisang Jalan Raja Ali Haji No 49 Bintan Timur. Penulis memulai pendidikan dasar di SDN 017 Bintan Timur, dan menyelesaikan pendidikan dasar pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMPN Negeri 1 Bintan Timur pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMAN Negeri 1 Bintan Timur pada tahun 2014 dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2017. Penulis melanjutkan pendidikan S1 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) dan diterima di Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH) pada Fakultas Ekonomi dengan Program Studi Manajemen pada tahun 2017 dan lulus pada tanggal 06 Juli 2022.

