



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TUGAS AKHIR

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM

KERIPIK CABE IKA KOTA DUMAI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya(A.Md)
Program Studi D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*



UIN SUSKA RIAU

OLEH

GHINA SUHAILA
NIM. 02270225121

PROGRAM STUDI D3 MANAJAMEN PERUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

TAHUN AJARAN 2025



UN SUSKA RIAU

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

: Ghina Suhaila
: 02270225121
: D3 Manajemen Perusahaan
: Ekonomi dan Ilmu Sosial
: Strategi Pengembangan UMKM Keripik Cabe Ika Kota Dumai

DIKETAHUI OLEH

PEMBIMBING

Dr. Mahyarni, SE, M.M
NIP. 19700826199903 2 001

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

D3 Manajemen Perusahaan

Henni Indrayani, S.E., M.M

NIP. 19700802 199803 2 003



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Ghina Suhaila
Nim : 02270225121
Jurusan : D3 Manajemen Perusahaan
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Strategi Pengembangan UMKM Keripik Cabe Ika Kota Dumai
Tanggal Ujian : 03 Desember 2025

Tim Pengaji

Ketua Pengaji

Dr. Hariza Hasyim, S.E., M.Si
NIP. 19760910 200901 2 003

Pengaji

Diana Eravia,SE., M. Si
NIP.19730106 200710 2 013

Pengaji II

Dr. Mahyarni, SE., M.M
NIP. 19700826199903 2 001

Sekretaris

Meri Sandora, S.E., M.M
NIP. 19790505 200710 2 001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Nama : ...
NIM : ...
Tempat/Tgl. Lahir : ...
Fakultas : ...
Program Studi : ...
Judul TFA : ...

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

: Ghina Suhaila
: 02270225121
: Dumai , 13 Maret 2004
: Ekonomi dan Ilmu Sosial
: D-III Manajemen Perusahaan
: "Strategi Pengembangan UMKUM Keripik Cabe Ika Kota
Dumai "

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Tugas Akhir dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Tugas Akhir saya ini, saya menyatakan bebas plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 18 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Ghina Suhaila

NIM. 02270225121

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM

KERIPIK CABE IKA KOTA DUMAI

OLEH

GHINA SUHAILA

02270225121

UMKM Keripik Cabe Ika merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak di bidang produksi makanan ringan dan berlokasi di Kota Dumai. Usaha ini berkembang dari produksi skala kecil menjadi oleh-oleh khas daerah dengan permintaan tinggi. Dalam konteks perkembangan tersebut, pemahaman mengenai posisi produk dalam Product Life Cycle (PLC) menjadi penting untuk menentukan strategi pengembangan yang tepat. Penelitian ini mengkaji strategi pengembangan yang diterapkan oleh UMKM Keripik Cabe Ika, mencakup peningkatan kualitas produk, efisiensi pengelolaan bahan baku, serta pemasaran sederhana yang dilakukan. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis posisi Keripik Cabe Ika dalam PLC, yang berdasarkan observasi berada pada tahap maturity, ditandai dengan penjualan yang stabil, loyalitas konsumen, dan persaingan pasar yang semakin ketat. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang diterapkan telah membantu UMKM mempertahankan daya saing pada tahap kematangan produk. Namun, pemanfaatan digital marketing masih minim dan membuka peluang perpanjangan siklus hidup produk agar tidak memasuki tahap decline. Dengan strategi yang lebih inovatif dan adaptif, UMKM Keripik Cabe Ika diharapkan mampu memperpanjang usia produk dalam PLC dan memperkuat posisinya di pasar makanan ringan lokal.

Kata kunci: UMKM, strategi pengembangan, keripik cabe, product life cycle, strategi bisnis.

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

DEVELOPMENT STRATEGY OF KERIPIK

CABE IKA MSME IN DUMAI CITY

BY

GHINA SUHAILA
02270225121

Keripik Cabe Ika MSME is a micro-enterprise engaged in the production of snack foods and located in Dumai City. The business has grown from small-scale production into a well-known local souvenir with consistently high demand. In this context, understanding the product's position within the Product Life Cycle (PLC) is essential for determining the appropriate development strategies. This study examines several strategies implemented by the enterprise, including product quality improvement, raw material management efficiency, and basic marketing practices. The study also analyzes the product's position within the PLC, which based on observations falls under the maturity stage, as reflected by stable sales volume, customer loyalty, and increasing market competition. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The results indicate that the implemented development strategies have helped the MSME maintain competitiveness during the maturity stage of its product life cycle. However, the limited use of digital marketing presents an opportunity to extend the product's life cycle and prevent it from entering the decline stage. With more innovative and adaptive strategies, Keripik Cabe Ika MSME is expected to prolong its product's life cycle and strengthen its position in the local snack industry.

Keywords: MSME, business development, chili chips, product life cycle, business strategy.

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulilah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Sholawat beserta salam tidak lupa kita ucapkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, berkat kegigihan beliau kita dapat merasakan kenikmatan ilmu seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Penulisan Tugas Akhir dengan judul: “**Strategi Pengembangan Umkm Keripik Cabe Ika Kota Dumai**” dimaksudkan guna memenuhi syarat untuk mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini banyak sekali perhatian, dan arahan, dari berbagai pihak yang penulis dapatkan. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., M.Si, AK, CA Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau.
2. Ibu Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M., AK selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Dr. Nurlasera, S.E.,M.Si Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. Khairil Henry, S.E., M.Si, AK Selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Mustiqowati Ummul F, S.Pd., M.Si Selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Dr. Mahyarni , S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu tenaga dan fikiran untuk memberi bimbingan dan mengarahkan penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
7. Ibu Henni Indrayani, S.E., M.M selaku ketua Program Studi D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Ibu Fatimah Zuhra, S.Si.,M.Stat selaku Sekretaris Program Studi D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Ibu Merri Sandora, S.E., M.M selaku Penasehat Akademik yang sudah membantu menyelesaikan hafalan Juz 30 sebagai syarat untuk sidang, serta memberikan pengajaran dan pemahaman tentang islam bagi perkembangan diri saya.
10. Ayahanda Abu Bakar dan Ibunda Evi Lestari tercinta, kakak tercinta Melda Anjani dan adik Fakhri Ananda, yang telah memberikan dukungan serta bimbingan dan kasih sayang yang tiada tara, penjagaan yang luar



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

biasa dan sekaligus pengorbanan materil maupun moril demi keberhasilan dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

11. Ibu Siska selaku Owner Keripik Cabe Ika Kota Dumai atas arahan, dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis selama menjalani kegiatan Penelitian di perusahaan tersebut.
12. Teman - teman seperjuangan Prodi D3 Manajemen Perusahaan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu senang mengenal kalian semua dan semoga menjadi orang-orang yang sukses di masa depan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, Namun demikian penulis berharap bahwa Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Pekanbaru, 7 Agustus, 2025
Penulis,

Ghina Suhaila
02270225121

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat penelitian	7
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.6 Metode Pengumpulan Data	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Tempat Pelaksanaan Penelitian	10
2.2 Profil Usaha	10
2.3 Visi dan Misi Usaha	11
2.4 Struktur Organisasi.....	12
2.5 Uraian Tugas Bagian UMKM Keripik Cabe Ika.....	13
BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK.....	15
3.1 Tinjauan Teori	15
3.1.1. Pengertian Manajemen Strategi	15
3.1.2. Macam-Macam Strategi	16
3.1.3. Mengembangkan Strategi Produk.....	17
3.1.4. Jenis-jenis Strategi Pengembangan Bisnis	18
3.1.5. Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha	19
3.1.6. Pengertian Strategi Pemasaran	23
3.1.7. Bauran Pemasaran.....	24
3.1.8. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	28



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau 3.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1.9. Jenis-Jenis UMKM	30
3.1.10. Peranan UMKM	30
3.1.11. Pengertian Product Life Cycle	31
3.1.12. Siklus Daur Hidup Produk (Product Life Cycle).....	32
3.1.13. Pandangan Islam terhadap Strategi Pengembangan UMKM..	34
Tinjauan Praktek.....	36
3.2.1. Penerapan Strategi Pengembangan Produk Pada Keripik Cabe Ika Kota Dumai	36
3.2.2. Posisi Keripik Cabe Ika dalam Product Life Cycle	39
BAB IV PENUTUP	44
4.1 Kesimpulan.....	44
4.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	49

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Siklus Hidup dari Produk	33
Gambar 3. 2 Market Place Shopee Reseller Keripik Cabe Ika	41



UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Keripik Cabe Ika Kota Dumai tahun 2019-2024.....	4
Tabel 2. 1 Struktur Organisasi Pada Keripik Cabe Ika	12



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

keberhasilan sebuah produk lokal terdapat perjalanan, strategi, serta perjuangan yang tidak sederhana. UMKM, yang sering dianggap sebagai usaha kecil, ternyata menyimpan peran besar dalam menopang perekonomian masyarakat dan menjadi bukti nyata bagaimana kreativitas serta ketekunan mampu melahirkan peluang. Ketertarikan penulis terhadap UMKM semakin berkembang setelah mengamati bagaimana usaha-usaha rumahan mampu bertransformasi menjadi produk yang dikenal luas dan dicari oleh konsumen. Salah satu UMKM yang menarik perhatian penulis adalah Keripik Cabe Ika di Kota Dumai, sebuah usaha yang tidak hanya berkembang pesat, tetapi juga mampu mempertahankan ciri khas produk di tengah persaingan dengan berbagai camilan serupa. Melalui penelitian ini, penulis berupaya memahami bagaimana strategi pengembangan usaha diterapkan oleh UMKM tersebut sehingga mampu bertahan, diterima oleh masyarakat, dan terus mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun.

Menurut Wijaya dkk, (2013) Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan basis ekonomi kerakyatan, oleh karena itu sangat penting perannya dalam pembangunan ekonomi nasional karena memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam pemerataan dan peningkatan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas negara, pemberdayaan UMKM menjadi pilihan strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah, dalam rangka mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan melalui peningkatan kapasitas usaha dan keterampilan pengelolaan usaha. Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat mengharuskan pelaku bisnis untuk membuat strategi strategi agar mampu bersaing di tingkat lokal maupun non lokal. Perusahaan berlomba-lomba dalam memasarkan produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh suatu industri tersebut. Selain itu, banyaknya produk sejenis membuat perusahaan harus lebih pintar dalam membuat strategi agar produk yang dihasilkan perusahaan tersebut mampu bersaing dalam pasar. Suatu perusahaan tentunya menginginkan suatu tingkat pertumbuhan yang baik, yang tercermin dalam pencapaian tingkat laba yang maksimal dan untuk bisa mencapai laba yang maksimal perusahaan mempunyai cara yang tepat dengan cara mengendalikan biaya-biaya untuk keperluan operasional sehingga dapat dicapai efisiensi.

Dalam bisnis diperlukan menyusun strategi bisnis dalam mengembangkannya sehingga sesuai dengan misi sasaran serta kebijakan perusahaan. Strategi bisnis biasanya dikembangkan dalam level devisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persaingan yang terjadi tersebut menuntut perusahaan untuk lebih berkompetitif agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain yang sejenis. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang bermutu bagi konsumen, tetapi harus mampu juga dalam mengelola biaya dengan baik. Tujuan didirikannya perusahaan adalah memenuhi kebutuhan manusia akan produk dan mempertahankan eksistensi perusahaan dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki agar perusahaan dapat meningkatkan produktivitas juga profitabilitasnya.

Bagi Perusahaan maupun UMKM dituntut untuk mempertahankan atau bahkan memperkuat posisinya di pasar. Hal ini terwujud antara lain mampu memasok produk-produk berkualitas dengan harga yang kompetitif. Untuk itu perusahaan harus mampu fleksibel memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah dan melakukan differensiasi produk. Ini menuntut kemampuan berinovasi dan pemasaran yang efektif sebagai tolak ukur kemampuan yang berkompetisi (Budiarto, dkk 2016)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional, UMKM juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan pendistribusian hasil pembangunan. Pada saat ini, berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah melalui Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah untuk memotivasi para masyarakat untuk belajar dan menekuni dunia usaha melalui UMKM, sehingga mereka mampu

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

menciptakan lapangan kerja sendiri serta mampu mengurangi angka pengangguran masyarakat Indonesia (Amalia dkk, 2012).

Momen peluang ini ternyata dimanfaatkan oleh Ibu Siska selaku owner dari usaha keripik cabe Ika . Berdasarkan observasi awal oleh peneliti bahwa usaha Rumah Keripik Cabe yang berada di Jl. Raja Ali., Purnama, Kota Dumai ini merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner. Seiring berjalannya waktu, usaha Rumah Keripik Cabe ini semakin berkembang. Yang tadinya hanya mampu memproduksi satu jenis keripik cabe saja, kini secara perlahan usaha ini mampu menghadirkan berbagai cemilan. Selain itu, usaha ini yang awalnya hanya dikerjakan oleh pemilik usaha beserta keluarga, sekarang mampu memperkerjakan beberapa karyawan.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Keripik Cabe Ika Kota Dumai tahun 2019-2024

Tahun	Rata Rata Penjualan harian (Pack)	Total Penjualan (Pertahun)	Total Pendapatan (Rp)
2019	± 820	298.000	Rp3.576.000.000
2020	± 820	298.800	Rp3.585.600.000
2021	± 870	317.750	Rp3.813.000.000
2022	± 900	329.625	Rp3.955.500.000
2023	± 925	340.500	Rp4.086.000.000
2024	± 930	350.500	Rp.4.206.000.000

Sumber : Keripik Cabe Ika Kota Dumai tahun 2024.

Tabel menunjukkan rata-rata penjualan harian, total penjualan tahunan, dan total pendapatan UMKM Keripik Cabe Ika Kota Dumai dari

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tahun 2019 hingga 2024. Secara umum, penjualan dan pendapatan mengalami peningkatan setiap tahun.

Pada 2019 dan 2020, rata-rata penjualan harian sama yaitu ±820 pack, dengan kenaikan penjualan tahunan yang kecil dari 298.000 pack menjadi 298.800 pack. Pendapatan juga naik sedikit dari Rp3.576.000.000 menjadi Rp3.585.600.000.

Tahun 2021 penjualan meningkat menjadi ±870 pack per hari dengan pendapatan Rp3.813.000.000. Peningkatan terus terjadi pada 2022 dan 2023, masing-masing menjadi ±900 pack dan ±925 pack per hari, dengan pendapatan Rp3.955.500.000 dan Rp4.086.000.000.

Tahun 2024 diproyeksikan rata-rata penjualan harian ±930 pack dengan produksi 350.500 pack per tahun. Total penjualan diperkirakan menghasilkan pendapatan sebesar Rp4.206.000.000. Kenaikan ini menunjukkan usaha tetap tumbuh meskipun peningkatannya tidak sebesar tahun-tahun sebelumnya.

Berdasarkan data penjualan tahunan yang menunjukkan pendapatan lebih dari Rp 3 miliar setiap tahun, UMKM Keripik Cabe Ika telah memenuhi kriteria sebagai Usaha Kecil. PP No. 7 Tahun 2021 menjelaskan bahwa usaha dengan omzet lebih dari Rp 300 juta hingga Rp 15 miliar per tahun masuk dalam kategori Usaha Kecil. Hal ini menunjukkan bahwa Keripik Cabe Ika telah berkembang cukup signifikan dari skala usaha mikro menjadi usaha kecil yang memiliki struktur produksi lebih teratur, tenaga kerja lebih banyak, sertajangkauan pasar yang lebih luas.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian ini mencoba melihat bagaimana strategi yang dilakukan oleh usaha keripik cabe Ika. dalam konsep menggunakan strategi pengembangan, sehingga mampu memberikan keunggulan atau potensi yang lebih besar melalui berbagai peluang. Ada beberapa usaha keripik cabe yang berjalan di daerah yang sama dengan Keripik Cabe Ika, namun usaha ini yang konsumennya selalu ramai dibandingkan usaha keripik cabe lainnya. Padahal, usaha lain juga menyediakan produk yang sama. Maka dari itu, penulis bermaksud untuk melihat strategi apa yang diterapkan oleh pihak usaha keripik cabe Ika dan apakah strategi yang digunakan oleh pemilik usaha keripik cabe Ika ini sudah sesuai dengan prinsip-prinsip bisnis yang efektif agar usaha tersebut dapat terus berkembang dan bersaing di pasar. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul : **Strategi Pengembangan UMKM Keripik Cabe Ika Kota Dumai.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka ada beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pengembangan UMKM Keripik cabe Ika kota Dumai ?
2. Bagaimana Perkembangan *Life cycle product* UMKM Keripik cabe Ika kota Dumai ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM Keripik cabe Ika kota Dumai
2. Untuk mengetahui Perkembangan Life cycle product UMKM Keripik cabe Ika kota Dumai.

1.4 Manfaat penelitian**1.4.1 Bagi Penulis**

Sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Ahli madya Manajemen (A.Md.M). di Fakultas Ekonomi dan Sosial UIN Suska Riau.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi UMKM Keripik Cabe Ika Kota Dumai untuk dapat lebih mempertimbangkan dalam penentuan strategi usahanya menggunakan strategi pengembangan.

1.4.3 Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Metode Penelitian

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

1.5.1 Data Primer

Menurut Sugiarto (2017:87) data primer adalah informasi dari narasumber langsung. Sumber data utama yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah pihak Owner Keripik cabe Ika Kota Dumai melalui wawancara dan observasi.



©

1.5.2 Data Sekunder

Menurut Sugiarto (2017:8) data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber. Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah data perusahaan yang diperoleh melalui data arsip yang dicatat oleh perusahaan mengenai tema yang diperlukan pada penelitian.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1.6.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2018:226-234) observasi adalah proses pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek di lapangan untuk merekam perilaku yang sedang berlangsung dalam konteks alami.

1.6.2 Wawancara (interview)

Wawancara dilakukan dengan Ibu Siska selaku pemilik UMKM Keripik Cabe Ika Kota Dumai sebagai narasumber utama yang memahami seluruh proses produksi dan strategi pengembangan usaha.

Menurut Moleong (2017:186-199) wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan kepada informan untuk menggali data yang mendalam.

1.6.3 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:240) dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui dokumen tertulis atau elektronik yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendukung fokus penelitian, baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun karya monumental seseorang.

Sistematika Penulisan

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis melakukan pembagian dalam beberapa bab, dan setiap bab penulis membagi lagi dalam beberapa sub-bab yang penulis uraikan sebagai berikut:

BAB 1 : Pendahuluan

Dalam bab ini penulis uraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini menjelaskan tentang sejarah Keripik Cabe Ika Kota Dumai, Visi, Misi dan Struktur Organisasi.

BAB III : Tinjauan Teori dan Praktek

Bab ini menjelaskan Teori tentang Strategi Pengembangan dan juga praktek yang ada dilapangan.

BAB IV : Penutup Pada bagian

Bab ini, penulis bagi menjadi dua sub-bab yaitu Kesimpulan dan Saran.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tempat Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Keripik Cabe Ika, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di bidang produksi makanan ringan berbahan dasar singkong dengan cita rasa khas pedas. UMKM ini telah beroperasi selama bertahun-tahun dan dikenal luas oleh masyarakat, khususnya di Kota Dumai, karena kualitas produknya yang konsisten dan rasa yang khas.

NAMA : KERIPIK CABE IKA KOTA DUMAI
ALAMAT : JL, RAJA ALI H., PURNAMA, KEC. DUMAI BARAT,
KOTA DUMAI RIAU
TELEPON : 81365534469

2.2 Profil Usaha

Usaha Industri keripik cabe rumahan di Kelurahan Purnama ini pertama kali didirikan oleh ibu Susiani kelahiran Kota Dumai pada tahun 1979. Nama keripik cabe ika ini diambil dari nama anak pertama ibu susiani. Awal mula ibu susiani mendirikan usaha ini hanya untuk mengisi waktu luang nya saja karena statusnya sebagai ibu rumah tangga.

Usaha keripik cabe ini sudah berdiri sejak tahun 1999, karena cita rasa yang diberikan sangat istimewa dengan harga yang terjangkau, usaha ini kemudian berkembang pesat pada tahun 2010 hingga sekarang.

Usaha keripik ika ini biasanya menjalankan usahanya dimulai dari pukul 08.00 hingga pukul 17.00, tetapi jadwal ini tidak menentu, tergantung



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3 Visi dan Misi Usaha

3.1 Visi

Menjadi pilihan utama oleh-oleh keripik cabe khas Dumai yang pedas, berkualitas, dan bermanfaat bagi masyarakat, dengan prinsip keberlanjutan.

3.1.2 Misi

1. Menjaga Mutu & Cita Rasa

Mengolah keripik ubi dengan pedas yang konsisten lezat melalui standar kualitas tinggi dan proses higienis.

2. Memberdayakan Lokal

Jumlah pesanan yang dibuat setiap harinya. Usaha keripik cabe ika ini berbahan baku ubi, biasanya usaha Keripik Cabe ini membeli ubi mentah kepada petani setempat yang sudah menjadi langganannya.

Pada awal dibuka usaha ini, Keripik Cabe Ika ini hanya memproduksi 100 pack perharinya. Namun saat ini usaha Keripik Cabe Ika dalam sehari dapat menjual 800 pack sampai 1000 pack perhari. Pesanan yang diterima juga berasal dari luar kota Dumai seperti daerah Pekanbaru, Bagan Batu, Kubu, Siak, dll. Sistem pengolahan usaha Keripik Cabe Ika adalah dengan sistem upah harian bagi seluruh karyawan, dengan sistem gaji yang berbeda sesuai dengan kinerja karyawan dan bagian masing-masing karyawan.

Selain memproduksi Keripik Cabe, usaha Keripik ika ini juga memproduksi keripik ubi biasa, kue semprong, peyek, dll. Namun yang menjadi produksi terbesar adalah keripik Cabe Ika ini. Dan saat ini Keripik Cabe Ika ini menjadi ciri khas oleh-oleh dari Kota Dumai.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berkontribusi dalam peningkatan ekonomi masyarakat dengan memaksimalkan tenaga kerja lokal dan suplai bahan baku dari petani setempat.

3. Pengembangan Usaha

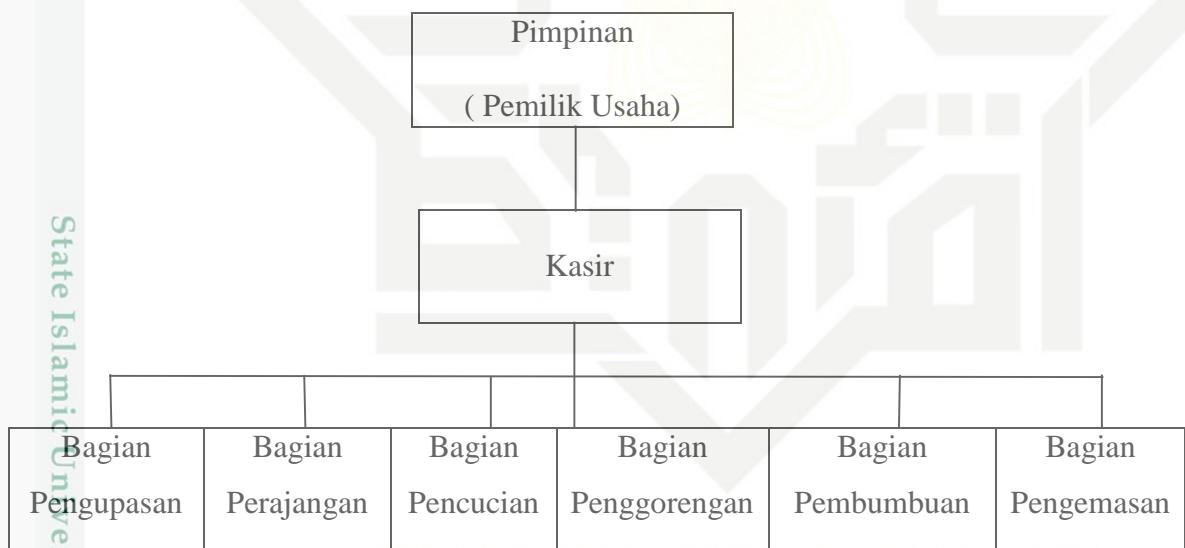
Memperluas jangkauan pasar (Dumai, Riau, kota besar di luar Riau) serta meningkatkan skala produksi secara profesional.

4. Inovasi & Pelayanan

Mengembangkan varian produk, kemasan menarik, dan meningkatkan kepuasan konsumen lewat layanan yang ramah dan responsif.

2.4 Struktur Organisasi

Tabel 2. 1 Struktur Organisasi Pada Keripik Cabe Ika



Sumber :usaha keripik Cabe Ika tahun 2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5 Uraian Tugas Bagian UMKM Keripik Cabe Ika

Ubi kayu menjadi bahan baku utama dalam pembuatan keripik dengan melewati beberapa tahapan pengolahan, hingga menjadi produk keripik cabe. Adapun uraian proses produksi sebagai berikut:

1. Pengupasan, Pengupasan merupakan proses sebelum dilakukan pengolahan bahan pangan yang siap untuk dikonsumsi. Tujuan dari pengupasan adalah untuk menghilangkan kulit luar, proses ini dilakukan secara manual yaitu digarit menggunakan ujung pisau, dan dikupas sampai bersih.
2. Perajangan, Proses ini adalah proses perajangan ubi yang telah dikupas menggunakan mesin, tujuan dari perajangan ini adalah untuk mendapatkan bentuk atau ketebalan yang sama. Setelah melakukan perajangan, selanjutnya ubi dibawa ke bagian pencucian.
3. Pencucian, Kegiatan ini bertujuan untuk membersihkan ubi yang telah dirajang. Ubi direndam ke dalam bak yang berisi air kemudian ditiriskan, proses ini dilakukan sebelum masuk ke tahap penggorengan.
4. Penggorengan, Setelah di ditiriskan, masuk ke tahap penggorengan. Penggorengan ini dilakukan didalam wadah yang terbuat dari logam dan berisi minyak goreng panas. Proses ini dilakukan untuk mematangkan ubi menjadi keripik. Setelah menjadi keripik hasil tersebut ditiriskan untuk mengurangi minyak.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Pembumbuan, Selanjutnya, keripik yang selesai digoreng dimasukkan ke dalam wadah yang berisi bumbu cabe. Tujuan dari proses ini adalah agar keripik dapat tercampur dengan bumbu cabe secara merata.
6. Pengemasan (pembungkusan), Setelah diberi bumbu, keripik masuk ke dalam tahap pengemasan. Keripik dikemas dengan plastik yang sudah berlabel. Proses pengemasan ini dilakukan dengan menggunakan mesin.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

UMKM Keripik Cabe Ika di Kota Dumai telah menjalankan berbagai strategi pengembangan usaha, seperti integrasi ke belakang melalui pengadaan bahan baku langsung dari kerabat, serta integrasi ke depan dengan distribusi produk tanpa perantara. Strategi pengembangan pasar dilakukan dengan memperluas jangkauan distribusi ke beberapa kota melalui toko oleh-oleh, meskipun pemanfaatan digital marketing masih terbatas. Penetrasi pasar didukung oleh konsistensi rasa dan ketersediaan produk, terutama saat permintaan meningkat. Diversifikasi produk juga dilakukan meski masih bersifat pelengkap.

Secara keseluruhan, UMKM ini berada pada tahap kematangan dalam siklus hidup produk, ditandai dengan stabilnya permintaan dan loyalitas konsumen. Untuk menjaga keberlanjutan usaha dan menghadapi persaingan yang semakin ketat, diperlukan strategi yang lebih inovatif, adaptif, serta peningkatan pemanfaatan teknologi dan promosi digital.

4.2 Saran

Saran untuk Keripik Cabe Ika Agar usaha Keripik Cabe Ika dapat terus berkembang dan bertahan dalam persaingan pasar.

1. Meningkatkan kapasitas produksi, baik dengan menambah tenaga kerja maupun penggunaan alat bantu sederhana agar produksi lebih efisien, terutama saat permintaan meningkat.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Mengembangkan strategi pemasaran digital, seperti membuat akun Instagram khusus produk, menggunakan *WhatsApp Business*, dan memasarkan produk di platform e-commerce agar menjangkau pasar lebih luas.
3. Membangun branding yang lebih kuat, melalui pembuatan logo resmi, desain kemasan yang menarik, serta penggunaan slogan atau ciri khas visual untuk memperkuat identitas produk.
4. Menjalin kerja sama yang lebih luas dengan toko oleh-oleh, UMKM lokal, maupun *event-event* pasar tradisional dan festival kuliner untuk memperluas distribusi dan memperkenalkan produk ke masyarakat yang lebih luas.
5. Melakukan inovasi produk secara berkala, baik dari sisi rasa, ukuran, atau kemasan, agar konsumen tidak merasa bosan dan tetap tertarik mencoba produk baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H., & Sanusi, A. (2016). *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Afkarina, N. W., Anwar, A., & Hermawan, H. (2019). *Analisis PLC (Product Life Cycle) pada home industry tas pada Riin Bag Kecamatan Rambipuji Jember*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Jember.
- Agustian, E., & Mutiara, I. (2023). *Strategi pengembangan UMKM di masa pandemi*. Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima, 4(2), Universitas Prima Indonesia.
- Alimudin, A., et al. (2019). *Analisis pengaruh penerapan perspektif balanced scorecard terhadap peningkatan kinerja UMKM*. EkoNiKa: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri.
- Alqur'an dan terjemahan
- Amalia, A., Hidayat, W., & Budianto, A. (2012). *Analisis strategi pengembangan usaha pada UKM Batik Semarang di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Amnillah, M., et al. (2023). *Manajemen strategi*. Selat Media.
- Anam, K., & Qadariyah, L. (2023). *Strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sentra batik Bangkalan dalam perspektif ekonomi Islam*. Ekonomi Syariah: Universitas Trunojoyo Madura.
- Anoraga, Pandji. 2005, *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- David, F. R. (2019). *Manajemen strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan, *Menerapkan Strategi Programme Life Cycle*,(Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Non Formal dan Informal Kementerian Pendidikan Nasional, 2010).
- Fawzi, M. G. H. (2021). *Strategi pemasaran: Konsep, teori dan implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Harinie, L. T., et al. (2024). *Pemasaran digital*. Yogyakarta: CV Intelektual Manifes Media.



©

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hyas, I., Marlinda, C., Herman, H., Marhalinda, & Satriadi. (2023). *Manajemen strategi*. Bandung: CV Azka Pustaka.

Jusuf Udaya et all., *Manajemen Stratejik*, (Yogyakarta : Graha Ilmu,2013)

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pamungkas, H. A., & Hidayatulloh, A. (2019). *Faktor penentu perkembangan UMKM gerabah Kasongan Bantul Yogyakarta*. Jurnal Inovasi.

Purnomo, R., Saputra, H., & Simarmata, B. (2020). *Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM gula jawa di Desa Jongglosari, Kecamatan Leksono, Kabupaten Wonosobo*. Jurnal Pengembangan Ekonomi UMKM.

Rachmawan, B., et al. (2016). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Silvana Maulidah, *Pengantar Manajemen Agribisnis*, (Jakarta: UB Press, 2012).

Soerjono, et al. (2021). *Jurnal pendampingan penyusunan laporan keuangan untuk pemilik UMKM sesuai dengan SAK EMKM dan perhitungan pajak*. Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang.

Suci, Y. R. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi.

Sugiarto. (2017). *Metodologi penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sun Siagian, T., & Ningrum, D. A. (2023). *Manajemen sumber daya manusia dan usaha mikro kecil menengah*. Jakarta: PT Inovasi Pratama Internasional.

Vijaya, D. P. (2017). *Pengaruh modal psikologis, karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha UMKM di Kecamatan Buleleng*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.



©

Hak cipta milik UIN Suska Riau**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau****Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wijaya, Y. O., & Syafitri, L. (2013). *Analisis pengendalian biaya produksi dan pengaruhnya terhadap laba Pabrik Penggilingan (PP) Srikantri Palembang*. Jurnal Akuntansi STIE MDP.

Yulianto, H. (2023). Manajemen strategis: *Dasar konsepsi pada organisasi bisnis*. Yogyakarta: Yudha English Gallery.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

1. DAFTAR WAWANCARA

- Kapan dan bagaimana awal mula berdirinya UMKM Keripik Cabe Ika?
- Apa saja strategi yang dilakukan dalam pengadaan bahan baku?
- Bagaimana proses distribusi produk dilakukan saat ini?
- Apa saja upaya yang dilakukan untuk memperluas pasar?
- Apakah sudah menggunakan media sosial atau platform online untuk pemasaran?
- Bagaimana cara menjaga ketersediaan produk dan loyalitas pelanggan?
- Apa saja produk selain keripik singkong yang diproduksi?
- Menurut Ibu, bagaimana posisi produk saat ini di pasaran?
- Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam menjalankan usaha?
- Apa strategi ke depan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha?

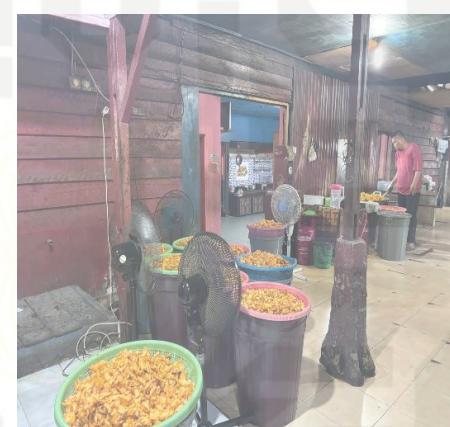
2. DOKUMENTASI PENELITIAN



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3. Gambar produk Keripik Cabe Ika

