ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK PADA USAHA COKLAT CHOQUE DI KOTO TUO IV KOTO KABUPATEN AGAM

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Dalam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Disusun oleh :

WINDI HARDIANTI

3720150

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

1445 H/ 2023 M

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Windi Hardianti
NIM	: 3720150
Tempat/Tanggal Lahir	: Translok, 13 Maret 2002
Program Studi/Fakultas	: Manajemen Bisnis Syariah/ FEBI
Judul Skripsi	: Analisis Strategi Peningakatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) penulis dengan judul diatas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Januari 2024

Saya yang menyatakan

Windi Hardianti

NIM. 3720150

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama Windi Hardianti, dengan NIM: 3720150 yang berjudul **"Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam"**. Bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat ilmiah dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasah untuk mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 12 Januari 2024

Pembimbing,

Dr. H. Asyari, S.Ag, M.Si

NIP.197402519990310003

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Pertama – tama puji syukur saya ucapkan pada Allah SWT atas karunia dan juga kesempatan dalam menyelesaikannya skripsi ini dengan baik dan benar, sujud syukur saya ucapkan kepada-MU Ya Rabb, karena telah menghadiahkan orang-orang yang berarti disekelilingku yang selalu memberi semangat dan do'a sehingga skripsi saya dapat diselesaikan dengan baik.
Dan skripsi ini saya persembahkan untuk :

Alm Ayahanda Penrizal dan Ibunda Tercinta Siti Aisyah, kupersembahkan skripsi ini sebagai janji baktiku padamu, semoga seberkas kertas ini dapat hadirkan senyum di wajahmu yang ian hari mlai dihiasi garis waktu. terimakasih untuk do'a dan penggorbanan Alm Ayahanda dan Ibunda selama ini sehingga saya dapat mencapai titik dimana menyelesaikan studi S1 saya dalam 3,5 tahun. Kepada kakakku Elda Novita, Amd. Keb, Riza Permata Sari, Amd. Ftr, Hasri Rahmayati S. Kep dan adikku Muhammad Yusuf yang telah memberikan semangat dan do'a kepadaku yang selalu beri penulis semangat, do'a, dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

KA.prodi BapakAndis Febrian, SEI, MM., MM dan Sekretaris Prodi Ibu Rika Widianita yang membantu dan membimbing penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Dosen Pembimbing Skripsi ku, Bapak Dr. H. Asyari, S.Ag.,M.Si, terimakasih atas bimbingan untuk penyempurnaan skripsi ini, serta kebaikan dan pengertian yang diberikan selama dalam bimbingan skripsi.

Teman – Teman MBS-E20 yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakaish atas support nya. Serta untuk Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Manajemen Bisnis Syariah terimakasih juga atas support dan do'a.

Terakhir, penulis persembahkan skripsi ini untuk Almamaterku
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

"Sesungguhnya sesudah kesulitas itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakan dengan sesungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada tuhanmulah hendaknya kamu berharap"
(Al-Insyiroh: 6-8)

Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, Iwanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me forhaving no days off, I wanna thank me never quiting for juts being me at all time.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **"Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam"**. Shalawat beserta salam tidak lupa hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman kebodohan kea lam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang bis akita rasakan pada saat ini.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalm rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana S1 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittingga Bukittinggi.

Dalam penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skipsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada yang tercinta yaitu **Alm Ayahanda Penrizal** dan **Ibunda Siti Aisyah**, yang senantiasa memberikan kasih sayang, menasehati dan mendoakan dalam setiap langkah untuk mencapai kesuksesan dan cita-cita penulis. Tidak lupa juga kepada **kakakku Elda Novita, Amd. Keb, Riza Permata Sari, Amd. Ftr, Hasri Rahmayati S. Kep** dan adikku **Muhammad Yusuf** serta **Dr. Ibnu Syamsu, Dodi Chandra** sebagai ipar yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa kuliah sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi **Ibu Prof**. **Dr. Ridha Ahida, M.Hum,** wakil rektor 1 **Bapak Dr. H. Asyari, S.Ag, M.Si**, wakil rektor 2 **Ibu Dr. Zulfani Sesmiarni, M.Pd**, dan wakil rektor 3 **Bapak Dr. H. Arman Husni, Lc, MA,** yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam **Ibu Dr. Hesi Eka Putri, M.Si**, wakil dekan 1 **Ibu Dr. Rusyaida, M.Ag**, wakil dekan 2 **Bapak Gusril Basir, SH, M.Hum,** wakil dekan 3 **Bapak Dr. H Andriyaldi, MA**, yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah **Bapak Andis Febrian, SEI, MM**, yang telah membantu penulis memberikan fasilitas dan motivasi dalam ilmu dan pengetahuan di Universitas Islam Negeri (UIN) Bukittinggi.
4. **Bapak Dr. H. Asyari, S.Ag, M.Si**, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dengan memberikan arahan-arahan bagi penulis sehingga bisa terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
5. **Bapak Andis Febrian, SEI, MM** selaku dosen penasehat akademik yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi sehingga bisa terselesaikan.
6. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan dan membekali penulis ilmu pengetahuan selama 3,5 tahun ini.
7. Bapak dan ibu UPT perpustakaan UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah melayani penulis dalam keperluan mencari referensi dari awal perkuliahan sampai saat ini sehingga bisa terselesaikannnya penulisan skripsi ini.
8. **Bapak Yan Aprizal**, selaku Pemilik Usaha Coklat Choque beserta jajaran yang telah membantu penulis memberikan izinnya untuk melakukan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Ungkapan terimakasih dan penghargaan yang sangat spesial penulis haturkan dengan rendah hati dan rasa hormat kepada kedua orang tua penulis yang tercinta, **Alm Ayahanda Penrizal** dan **Ibunda Siti Aisyah**, serta kakak **kakakku Elda Npvita, Amd. Keb, Riza Permata Sari, Amd. Ftr, Hasri Rahmayati S. Kep** dan adikku **Muhammad Yusuf** serta **Dr. Ibnu Syamsu, Dodi Chandra** sebagai ipar dengan Doa restu, nasehat, petunjuk, dan segala pengorbanannya tak akan penulis lupakan.
10. Teman – teman Mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi khususnya teman – teman seperjuangan Lokal MBS-E20, kakak-kakak senior yang telah membimbing dan mengarahkan serta teman – teman Himpunan Mahasisiwa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, yang memberikan support dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Akhrinya penulis beharap semoga amal baik dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini mendapatkan balasan pahala dari rahmat Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi masih belum dikatakan sempurna dan masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan penyempurnaan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan pembaca mendorong penulisa unuk melakukan penelitian yang lebih baik dimasa yang akan datang.

Bukittinggi, 7 Februari 2024

Saya Yang Menyatakan

Windi Hardianti

NIM. 3719217

ABSTRAK

Skipsi Ini Disusun Oleh **Windi Hardianti, NIM 3720150**, Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul **"Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam."** Maksud dan tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk melihat dan menganalisis strategi peningkatan kualitas produk yang telah dilakukan oleh Coklat Choque.

Tujuan temuan ini dilakukan adalah untuk mengetahui strategi peningkatan kualitas produk pada usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam. Temuan yang telah diteliti ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan teknik analisa data yang digunakan yaitu dengan cara menganalisis data dan dianalisis dari riset kepustakaan. Melalui penelitian yang telah dilakukan terdapat pengaruh positif terhadap strategi peningkatan kualitas produk yang artinya Semakin meningkat strategi meningkat strategi peningkatan kualitas produk maka semakin meningkat pula masa ketahanan produk coklat choque. strategi peningkatan kualitas produk berdasarkan matriks SWOT yang diperoleh dari coklat choque melalui strategi pengumpulan data dengan cara wawancaara, observasi dan dokumentasi.

Strategi peningkatan kualitas produk yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen yang harus dilakukan usaha coklat choque yaitu : a. Strategi SO, Meningkatkan kualitas varian rasa produk agar konsumen puas dengan produk yang dihasilkan, Manfaatkan sosial media untuk mengembangkan usaha bidang pemasaran. b. Strategi ST, Bekerja sama dengan pelaku bisnis online atau jasa ekspedisi, Pendekatan total quality manajemen , Melakukan riset ulang terhadap produk untuk meningkatkan masa ketahanan produk, Melakukan tinjauan untuk suplier bahan baku. c. Strategi WO, Meningkatkan kepercayaan untuk menambah ragam produk pada usaha choque, Mengembangkan alat produksi yang lebih canggih untuk mempermudah proses pembuatan coklat choque, Meningkatkan masa ketahanan produk agar bisa bersaing dengan kompetitor sejenis yang memiliki masa ketahanan produk lebih lama. d. Strategi WT, Memproduksi jumlah produk sesuai dengan permintaan, Mengoptimalkan fungsi tenaga kerja/karyawan untuk melakukan pelayanan dan promosi.

Kata kunci : Strategi peningkatan, SWOT, Coklat Choque

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK iv

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL viii

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 10

C. Batasan Masalah 10

D. Rumusan Masalah 10

E. Tujuan Penelitian 11

F. Manfaat Penelitian 11

G. Ruang Lingkup Penelitian 12

H. Penjelasan Judul 12

I. Sistematika Penulisan 14

BAB II 16

LANDASAN TEORI 16

A. Strategi 16

1. Konsep Strategi 16

2. Manajemen Strategi 17

B. Kualitas Produk 18

1. Definisi Kualitas Produk 18

2. Tujuan Kualitas Produk 19

3. Unsur-Unsur Kualitas Produk 20

4. Dimensi Kualitias Produk 21
C. Analisis Strategi Peningkatan 23
D. Hubungan Kualitas Produk dengan Penjualan 25
E. Analisis kualitas Produk dalam Islam 26
F. Landasan Syariah Kualitas Produk 27
G. Metode Analisis SWOT 29
H. Kajian Terdahulu 31
BAB III 36
METODE PENELITIAN 36
A. Jenis Penelitian 36
B. Tempat dan Waktu Penelitian 36
C. Jenis dan Sumber Data 37
D. Teknik Pengumpulan Data 37
E. Metode Analisis Data 39
BAB IV 44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHAS 44
A. Monografi Coklat Choque Koto Tuo IV Koto 44
B. Visi dan Misi Coklat Choque Koto Tuo IV Koto 45
C. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi Coklat Choque Koto Tuo IV Koto 45
D. Hasil Penelitian dan Pembahasan 48
1. Kekuatan 48
2. Kelemahan 51
3. Peluang 54
4. Ancaman 56
E. Pembahasan Kondisi Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam. 59
1. Analisis Kekuatan dan Peluang 59
2. Analisis Kelemahan dan Ancaman 62
3. Strategi peningkatan kualitas produk 67
4. Tujuan Peningkatan Kualitas Produk 69

5. Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam 70

BAB V 74

PENUTUP 74

A. Kesimpulan 74

B. Saran 75

DAFTAR PUSTAKA 76

LAMPIRAN 80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Ketahanan batas kadaluarsa Produk Pada Usaha Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam. 8

Tabel 2.1 Kajian Terdahulu 31

Table 3.1 Matriks Swot.....40

Table 4.1 Matriks SWOT 64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini berdampak sangat besar terhadap beberapa aspek khususnya di dunia bisnis, seperti persaingan yang semakin hari semakin ketat sehingga pebisnis berpacu-pacu untuk meningkatkan produk bisnisnya. Dalam kehidupan bermasyarakat manusia tak lepas dengan yang namanya kegiatan ekonomi di kehidupan sehari-harinya. Maka dari itu supaya tetap bertahan pada persaingan tersebut pebisnis harus bisa menciptakan produk yang unggul sehingga dapat berkompetitif secara seimbang dengan perusahaan lainnya. Kualitas adalah totalitas bentuk dan karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tampak jelas maupun tersembunyi. Yang mana bisnis merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan terus menerus sebagai kegiatan memperoleh keuntungan. Pebisnis harus meningkatkan kualitas produk agar konsumen tetap bertahan dengan dengan produk yang dijual.[1]

Kualitas produk yang bagus sangat menentukan kepuasan konsumen karena akan berimbas langsung pada penjualan suatu perusahaan dalam menarik dan mempertahankan konsumennya. Perusahaan harus memberikan suatu prioritas perbaikan dalam kinerja usahanya melalui kualitas produk. Dalam menghasilkan produk yang memenuhi harapan

[1] Ainul Izza and Dini Retnowati, "Analisis Kualitas Produk," *Jurnal Heuristik* 18, no. 2 (2021): 59–72.

konsumen diperlukan perbaikan dari kualitas produk dengan cara pengendalian proses pada suatu industri yang bertujuan untuk mengetahui kesesuaian proses yang dilakukan perusahaan dengan standar yang telah ditentukan.

Kemudian Islam menjelaskan bahwa Agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, untuk mengatur kemakmuran di bumi guna menuju kebahagiaan dunia dan akhirat. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6 yang berunyi :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِن جَآءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَإٖ فَتَبَيَّنُوٓاْ أَن تُصِيبُواْ قَوْمَۢا بِجَهَٰلَةٖ فَتُصْبِحُواْ عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَٰدِمِينَ

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu"*

Itulah dunia yang memiliki sistem dan mekanisme praktis dalam menghadapi perselisihan, fitnah, ghibah, dan gejolak yang terjadi di dunia jika dibiarkan tanpa ditangani. Seorang muslim hendaklah menghadapinya dengan mekanisme praktis yang bersumber dari prinsip persaudaraan di antara kaum mukmin, dari hakikat keadilan dan keselarasan, dan dari ketaqwaan kepada Allah serta harapan untuk mendapatkan rahmat dan keridhaan-Nya. Surat Al-hujurat ayat 6 tersebut menjadi landasan dan rujukan bagi kita umat Islam dalam menerima dan mengolah berita dan informasi. Ayat ini mengajarkan kepada kita bahwa dalam proses penyampaian pesan dari si pengirim kepada penerima harus ada check and

recheck berita tersebut.[2] Dari penjelasan ayat tersebut bahwa hendaknya bagi seseorang memberikan suatu informasi yang baik kepada orang lain, berkaitan dengan itu citra suatu perusahaan dapat dibangun dengan baik jika pemberian informasi antara seseorang dengan orang lain, dan terlebih dahulu orang yang memberikan pesan pernah menikmati sehingga tidak ada penipuan ketika berbisnis, meyampaikan sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki.

Kualitas merupakan salah satu faktor penting dalam dunia bisnis maupun non bisnis dimana baik buruknya kinerja suatu perusahaan dapat diukur dari kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitas diidentifikasikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu,derajad, atau mutu. Ada banyak definisi dan pengertian kualitas, walaupun sebenarnya pengertiannya tidak jauh beda antara satu dengan yang lain. Menurut Standar Nasional Indonesia dalam Ariani, kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar.[3] Menurut Kotler beranggapan bahwa kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas menjadi hal penting dalam sebuah bisnis karena dengan

[2] Zaimuddin, "Makna Tabayyun Dalam Perpspektif Tafsir Al-Misbah (Kajian Surah Al-Hujurat Ayat 6)," *At-Tahfizh* 1, no. 02 (2020).

[3] Fajar Tri Nuryani, Nurkesuma Nurkesuma, and Baruna Hadibrata, "Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)* 3, no. 4 (2022).

kualitas produk yang bagus maka suatu bisnis akan di nilai bagus juga. Menghasilkan serta menjual produk yang berkualitas merupakan impian setiap perusahaan. Memperhatikan bagimana strategi peningkatan kualitas merupakan kebijakan yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Berbagai perusahaan berlomba-lomba memberikan kualitas melebihi pesaingnya. Namun kualitas produk terkadang dihasilkan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan.[4]

Strategi bagi sebuah perusahaan merupakan suatu elemen yang sangat penting karena berhubungan dengan peningkatan penjualan, strategi pengkatan kualitas yang sangat berguna bagi perusahaan agar tercapainya tujuan dari perusahaan tersebut, Untuk meningkatkan penjualan tentunya membutuhkan beberapa upaya salah satu upaya yang sangat penting yaitu dengan mempunyai kualitas produk yang bagus, bermutu yang akan membuat pelanggan melakukan pengulangan pembelian.[5] Kualitas sangat menentukan kesuksesan bisnis dengan kualitas produk yang bagus tanpa adanya kecacatan agar konsumen tidak merasa dirugikan serta kualitas produk dapat meningkatkan penjualan.[6]

---

[4] Harmon Chaniago and Khare, "Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at Https://Ijabo.A3i.or.Id Analisis Kualitas Pelayanan," *Jurnal administration*, no. February (2021).

[5] Dewa Ayu Anom Yuarini, I Ketut Satriawan, and I Dewa Putu Oka Suardi, "Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar Organik Pada CV. Golden Leaf Farm Bali," *Jurnal Manajemen Agribisnis* 3, no. 2 (2015): 93–109.

[6] Diah Ayu Novitasari, "Analisis Kapabilitas Proses Untuk Pengendalian Kualitas Produk Pembatas Buku Industri Rumahan," *Jurnal Ekbis* 14, no. 2 (2015).

Pentingnya kualitas produk tidak hanya terbatas pada pemenuhan standar teknis, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti inovasi, keandalan, keamanan dan kepatuhan terhadap nilai-nilai perusahaan. Di tengah dinamika bisnis modern, strategi peningkatan kualitas produk bukan hanya menjadi pilihan, melainkan kebutuhan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Dalam konteks ini perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tantangan teknis dalam meningkatkan kualitas produk, tetapi juga harus mempertimbangkan faktor-faktor eksternal seperti keberlanjutan lingkungan, peraturan pemerintah dan etika bisnis. Oleh karena itu, analisis strategi peningkatan kualitas produk bukan hanya merupakan suatu upaya perbaikan operasional, tetapi juga melibatkan pengintegrasian nilai-nilai perusahaan, respon terhadap perubahan pasar dan kepekaan terhadap isu-isu sosial.

Di dalam praktiknya, perusahaan berusaha untuk melalui masalah yang dihadapi dalam meningkatkan penjualan dari waktu ke waktu sehingga produk diciptakan dapat menghasilkan tujuan-tujuan yang diharapkan. Salah satunya usaha coklat kemasan yang di bentuk sedemikian rupa agar menarik pelanggan. Usaha choque ini berdiri sejak awal tahun 2023. Awalnya usaha choque ini masih memasarkan produknya melalui orang-orang terdekat kemudian dipasarkan langsung ke masyarakat Koto Tuo dan sekitarnya. Dengan berjalannya waktu usaha choque mulai dikenal oleh masyarakat luar, akan tetapi produk coklat choque ini tidak memiliki ketahanan dalam jangka waktu yang lama sehingga kualitas ketahanannya

masih kurang dibandingkan dengan coklat kemasan lainnya yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat atau bahkan terkenal dengan kualitasnya yang bagus dan memiliki ketahanan produk dalam jangka waktu yang cukup lama. Pemilik usaha choque juga berusaha membuat coklat dengan kualitas yang bagus, pada saat ini produk coklat choque hanya memiliki ketahanan produk dalam jangka waktu 1 minggu. Usaha choque sudah terdaftar pada Perizinan Berusaha Untuk Menunjang Kegiatan Usaha Sertifikat Pemenuhan Komitmen Produksi Pangan Olahan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) dengan No. 3071308050466-28 yang mana komitmen yang tertera telah mengikuti penyuluhan keamanan pangan, memenuhi persyaratan cara produksi pangan yang baik untuk industri rumah tangga (CPPB-IRT) atau higiene sanitasi dan dokumentasi, memenuhi ketentuan label dan iklan pangan olahan.

Dalam kehidupan sehari-hari sering kali kita mendengar orang-orang membicarakan tentang masalah kualitas, tetapi orang akan sulit mendefinisikan dengan tepat. Menurut Tjiptono dan Diana Kualitas merupakan suatu kondisi yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa yang sangat berhubungan dengan manusia, proses dan lingkungan dengan tujuan memenuhi harapan pengguna. Kualitas merupakan konsep yang relatif untuk mengukur kebaikan suatu jasa dan produk. Menurut Tohar menjelaskan bahwa produk adalah suatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Kemudian menurut Kotler dan Amstrong arti dari

kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reperasi produk juga atribut produk lainnya.[7]

Seperti yang kita ketahui saat ini banyak makanan ringan yang di jajakan di berbagai tempat, mulai dari tempat yang ekonomis sampai yang eksklusif dari harga yang murah sampai yang mahal sering sekali kita jumpai di pinggiran pasar ataupun di pusat perbelanjaan modern. Salah satu dari seluruh makanan ringan yang sangat disukai masyarakat karena praktis, rasanya enak dan juga banyak manfaat yaitu coklat. Coklat ini juga salah satu makanan yang tidak termakan oleh zaman sejak dahulu hingga memasuki zaman yang modern seperti saat ini. Pada perkembangannya, selain dijadikan minuman khas, biji kakao kemudian juga diolah menjadi coklat batangan dan aneka kue yang lezat, dengan mengkonsumsi coklat tubuh mampu menghasilkan antioksidan yang dapat membantu mencegah serangan jantung dan mempertahankan daya tahan tubuh. Selain itu itu karbohidrat yang dibentuk senyawa kimia didalam coklat menghasilkan serotonin yang membantu stimulasi otak sehingga kita merasa santai dan juga tenang.

Kualitas tentu sangat berpengaruh terhadap penjualan, usaha choque di koto tuo IV Koto Kabupaten Agam telah melakukan beberapa kali

[7] Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, and Azis Fathoni, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan)," *Journal Of Management* 2, no. 2 (2016).

penelitian agar mendapatkan kualitas coklat yang baik serta rasa yang enak. Choque ini berani menjual coklatnya setelah melakukan beberapa kali reset sampai pemilik choque benar-benar merasa puas dengan hasil yang ditelitinya. Pemilik choque ini menyampaikan bahwa dalam waktu enam bulan dan beberapa kali meneliti baru dapat menghasilkan coklat dengan kualitas yang baik seperti coklat yang dijual sekarang ini.

Keberlangsungan usaha tentunya ditentukan oleh penjualan dan keuntungan untuk menyediakan modal, pembiayaan produksi, gaji karyawan dan pemasaran, begitu juga usaha choque yang tentunya dalam kegiatan usahanya menjadikan keuntungan dan penjualan sebagai tujuan utamanya. Berikut ini merupakan jumlah data penjualan coklat pada usaha choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam :

Tabel 1.1

Data Ketahanan batas kadaluarsa Produk Pada Usaha Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

No	Varian Rasa Produk	Jenis Coklat	Kadaluarsa
1	Kacang	Dark (Coklat Batangan)	1 Minggu (Tujuh Hari)
2	Milo		
3	Strawberry		
4	Blueberry		
5	Marshmello		
6	Oreo		

Sumber : Pemilik Usaha Choque Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan produk yang dimiliki coklat choque hanya memiliki batas kadaluarsanya 1 minggu, kemudian jenis coklat yang diolah dari coklat batangan yang dihasilkan dengan beberapa varian rasa yang ada pada tabel diatas.

Ketahanan batas kadaluarsa produk sangat pentinng karena melibatkan beberapa faktor keamanan dan kualitas produk yang dikonsumsi. Diketahui bahwa kualitas coklat yang digunakan pada usaha choque dilihat dari bahan baku yang digunakan kualitasnya cukup baik. Upaya yang dilakukan oleh pemilik usaha coklat choque untuk meningkatkan penjualan dengan cara meningkatkan kualitas produk agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang dimiliki usaha coklat choque. Coklat choque mengolah coklat batangan yang kemudian diolah menjadi coklat choque yang memiliki beberapa varian rasa seperti kacang, strawberry, blueberry, marshmello, milo, oreo. Dengan kualitas produk yang cukup baik kemudian memiliki beberapa varian rasa sehingga dapat meningkatkan penjualan choque. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan akan diperoleh hasil yang berkualitas dan mempertinggi reputasi usaha coklat choque dengan menciptakan image bahwa produk mempunyai nilai lebih. Hal tersebut akan meningkatkan penjualan dan mencegah resiko penurunan pendapatan pada usaha coklat choque

Berdasarkan data lapangan dan penjelasan diatas maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis Strategi**

Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya terdapat beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya strategi dalam peningkatan kualitas produk yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen terhadap usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.
2. Kurangnya ketahanan batas kadaluarsa produk sehingga mempengaruhi kualitas pada usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah, maka sesuai judul proposal skripsi diatas penulis membatasi masalah penelitian yaitu hanya pada "Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque di Koto Tuo Iv Koto Kabupaten Agam".

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penulis uraikan sebelumnya, terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Peningkatan Kualitas Produk yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen terhadap usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam ?

2. Bagaimana ketahanan batas kadaluarsa produk sehingga mempengaruhi kualitas pada usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang peneliti lakukan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Analisis Strategi Peningkatan Kulitas Produk Pada Usaha coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.
2. Untuk mengetahui ketahanan batas kadaluarsa produk sehingga mempengaruhi kualitas pada usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang peneliti dapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Secara akademis

   Penelitian ini bermanfaat sebagai prasyarat untuk menyelesaikan Sarjana 1 (S1) program studi manajemen bisnis syariah dari fakultas ekonomi dan bisnis Islam Uin Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Bagi instansi

   Penelitian ini akan bermanfaat bagi pihak instansi sebagai bahan evaluasi program analisis kualitas produk yang dilakukan.

3. Bagi pengembang keilmuan

   Penelitian ini bermanfaat sebagai sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen bisnis syariah, serta penelitian ini

dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi terkait dalam kualitas produk untuk meningkatkan penjualan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini mempunyai arahan yang jelas serta tidak keluar jauh dari pokok permasalahan, maka penelitian ini dibatasi pada Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

H. Penjelasan Judul

Untuk memperoleh suatu gambaran yang jelas dan untuk menghindari kekeliruan dalam memahami maksud dari judul penelitian ini, maka penulis akan menjelaskan pengertian dari beberapa kata yang penting yaitu :

1. Analisis

   Analisis sering digunakan dalam penyelidikan atau peninjauan suatu percobaan, studi, penjelasan, atau peristiwa yang telah terjadi. Analisis adalah aktivitas berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen-komponen kecil sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungan masing-masing komponen, dan fungsi setiap komponen dalam satu keseluruhan yang terpadu. Analisis adalah proses memecahkan topic atau konten yang kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih kecil untuk pemahaman yang lebih baik.[8]

[8] Brama Saputra Budiatmaja, *Leadership In Digital Transformation [Sumber Elektronis]*, . (Penerbit KBM Indonesia, 2022), https://books.google.co.id/books?id=lzp_EAAAQBAJ.

2. Strategi

Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu melalui pengintegrasian keunggulan dan alokasi sumber daya yang ada di perusahaan. Menurut Jauch dan Glueck menyatakan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.[9] Strategi yaitu suatu pendekatan secara keseluruhan barkaitan dengan pelaksanaan gagasan perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh perusahaan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing,yang mana perusahaan harus berfokus kepada kualitas produknya dan membandingkannya dengan produk pesain. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan yang mampu untuk memenuhi setiap kebutuhan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.[10]

---

[9] Iroth Vivi Syeron, "Perumusan Strategi Dengan Menerapkan Analisis Kanvas Strategi, Kerangka Kerja Empat Langkah, Kerangka Kerja Enam Jalan, Dan Visualisasi Strategi Pada Jasa Persewaan Alat Outdoor," *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* (2019): 9–18.

[10] Supriyadi Supriyadi, Wahyu Wiyani, and Ginanjar Indra Kusuma Nugraha, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4, no. 1 (2017): 74–85.

Dari penjelasan judul di atas dapat di simpulkan bahwa Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dalam peningkatan kualitas produk pada usaha coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam, dan untuk mengetahui kualitas ketahanan produk coklat pada usaha Choque.

I. Sistematika Penulisan

Agar memiliki arah dalam penelitian ini, maka penulis membuat sebuah sistematika penulisan yang terdiri dari tiga bab sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan ini berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, penjelasan judul serta sistematis penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Dalam landasan teori berisikan tentang teori yang berkaitan dengan analisis strategi peningkatan kualitas produk pada usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam serta perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam BAB ini menjelaskan terkait metode penelitian, yang berisikan jenis penelitian, waktu penelitian, jenis dan sumber penelitian, informen dalam penelitian, teknik pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Konsep Strategi

Strategi peningkatan merupakan cara perencanaan suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Strategi dalam pelaksanaan penerapannya, harus perlu syarat yang benar-benar diperhatikan agar strategi dapat disusun dengan baik sehingga strategi berjalan dengan efektif. Komponen strategi dilaksanakan untuk mendukung pelaksanaan misi dan strategi perusahaan :

a. Strategi Kualitas

   Perusahaan harus menentukan persepsi konsumen tentang kualitas yang diharapkan konsumen sehingga dapat bersaing untuk mendapatkan keunggulan kompetitif seperti kualitas yang baik dan konsisten, pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, variasi produk.

b. Strategi Produk

   Strategi produk sangat bergantung pada proses transpormasi, strategi tersebut mencakup biaya produksi, kualitas barang, dan

keputusan penggunaan sumber daya manusia serta desain produk yang menarik.[11]

c. Strategi Proses

Setiap proses produksi berbeda-beda. Pengambilan keputusan untuk proses adalah tentang komitmen kepemimpinan. Faktor yang harus diperhtikan adalah teknologi yang digunakan, kualitas, penggunaan tenaga manusia dan peralatan yang digunakan.[12]

d. Strategi Fasilitas

Pengambilan keputusan terkait fasilitass di industri barang atau jasa sangat menentukan keberhasilan bisnis. Strategi fasilitas akan gagal jika bisnis tidak mengenali setiap peluang untuk meningkatkan kinerja fasilitas yang ada.[13]

2. Manajemen Strategi

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional mampukan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Dalan dalam bukunya akdon

[11] M Anang Firmansyah and Mochamad Mochklas, "Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya," *Jurnal Eksekutif* 15, no. 1 (2018): 281–295.

[12] Anjar Sari, "Penerapan E-Marketing Menggunakan Model Oohdm Dan Strategi Marketing 7P (Studi Kasus: Sudden Inc)," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi* 3, no. 4 (2022): 80–85.

[13] Lica Aulyadipo, "Pengaruh Komjnikasi Dan Strategi Fasilitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Mestika Mandiri Medan" (UNIVERSITAS DHARMAWANGSA, 2019).

sejumlah manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.

B. Kualitas Produk

1. Definisi Kualitas Produk

Kualitas merupakan faktor pemuas suatu kebutuhan yang tidak lepas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Kualitas adalah kesesuaian dengan persyaratan/spesifikasi untuk mengetahui seberapa baik suatu produk atau layanan dalam memenuhi target dan toleransi yang ditentukan oleh perancangnya Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Kualitas produk merupakan suatu hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen dikarenakan kualitas produk sangat berkaitan dengan penjualan. Kualitas produk harus dilakukan untuk meningkatkan atau mempertahankan posisi produk dalam pasar sasarannya.

Berikut ini beberapa pendapat para ahli mengenai kualitas produk:

1. Menurut Kotler kualitas produk merupakan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas dan ditampilkan baikdari ciri-ciri luar (design) produk maupun inti (Core) produk itu sendiri.[14]
2. Menurut Tjiptono kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan linkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).
3. Menurut Wijaya kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan dan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.[15]

2. Tujuan Kualitas Produk

Menurut Kotler tujuan kualitas produk adalah sebagai berikut :

[14] M M Nurfitriani, *Buku Ajar Bisnis Dan Manajemen* (Cendekia Publisher, 2021), https://books.google.co.id/books?id=Yk2zEAAAQBAJ. Hal 263

[15] Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, and Agus S Soegoto, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 3 (2018).

1. Mengusahakan agar hasil barang produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan.
2. Mengusahakan agar biaya inspeksi dapat menjadi sekecil mungkin.
3. Mengusahakan agar biaya desain dari produksi tertentu menjadi sekecil mungkin.
4. Mengusahakan agar biaya produksi dapat serendah mungkin.

3. Unsur-Unsur Kualitas Produk

Menurut Wijaya pengukuran secara langsung sifat-sifat yang kualitas yang dihendaki tidaklah mudah sehingga sifat-sifat kualitas lain, yang disebut kualitas pengganti. Sifat pengganti harus mencerminkan tuntutan-tuntutan konsumen. Unsur-unsur kualitas produk yang diterapkan sebagai sifat pengganti adalah sebagai berikut :

1. Harga yang wajar, sebuah produk tentu secara mutlak memiliki kualitas yang baik, yang terpenting adalah produk tersebut memnuhi tuntutan konsumen. Karena selain sifat fisik, konsumen juga harus mencari harga yang wajar, maka produsen perlu memperhatikan harga.
2. Ekonomis, konsumen mencari sifat ekonomi seperti kebutuhan energi yang sekecil mungkin, kerusakan sedikit mungkin,

pemeliharaan dan biaya pengamanan sekecil mungkin, namun penggunaanya luas.

3. Awet, pemakai mengharapkan agar produk terbuat dari bahan yang awet dan tahan terhadap perubahan yang drastis sepanjang waktu.
4. Aman, sebuah produk diharapkan aman untuk digunakan/dikonsumsi dan tidak membahayakan kehidupan.
5. Mudah dibuang/didaur ulang, produk yang habis digunakan diharapkan bisa dibuang begitu saja dengan mudah. Sifat produk mudah dibuang bukan berarti dibuang sembarang tempat, tetapi dibuang pada tempatnya tanpa membutuhkan biaya tambahan.

4. Dimensi Kualitias Produk

Untuk menentukan dimensi kualitas produk dapat melalui tujuh dimensi sebagai berikut:

1. Performa/Kinerja (performance) Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika ingin membeli suatu produk. Ini berarti pelanggan menyetujui makanan yang telah disiapkan karena sesuai dengan standar rasa dan suhu.
2. Interaksi Pegawai Keramahan, sikap hormat dan empati yang ditunjukkan oleh restoran yang memberi jasa atau barang.

Kredibilitas yang menyeluruh para pegawai termasuk kepercayaan konsumen kepada pegawai dan persepsi mereka tentang keahlian pegawai.

3. Keandalan (reliability) Berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu. Ini menandakan konsistensi kinerja barang dan jasa restoran tersebut.
4. Daya tahan (durability) Merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk.
5. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan Seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki. Seberapa cepat informasi atau jasa diberikan. Kenyamanan pembelian dan proses jasa termasuk penerimaan cara pembayaran, jam kerja restoran dan fasilitas.
6. Estetika (aesthetic) Penampilan fisik restoran yang dapat menjadi daya tarik dimana jasa atau produk diterima.
7. Kewajaran Merk Sejauh mana merk restoran memberi dampak positif atau negatif atas kualitas yang tampak sebagai bahan evaluasi pelanggan bahwa merk tersebut rendah atau tinggi kualitasnya. Dengan mempertimbangkan dari pendapat-pendapat mengenai dimensi kualitas produk di atas, maka pada

penelitian ini kami menggunakan dimensi kualitas produk yang mengacu pada kualitas produk yang diteliti.[16]

C. Analisis Strategi Peningkatan

Strategi adalah rencana yang di satukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan di rancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat di capai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.[17] Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. Menurut Jhon A. Bryne mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

Strategi peningkatan merupakan sebuah perencanaan untuk menaikkan pencapaian suatu perusahaan, Pencapaian dalam meningkatkan kualitas produk untuk meningkatan penjualan pada perusahaan. Ada banyak bisnis yang bangkrut karena produknya yang tidak laku yang biasanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang tidak terjaga. Dalam dunia bisnis kualitas sangat penting dalam peningkatan penjualan.

---

[16] Ndaru Prasastono and Sri Yulianto Fajar Pradapa, "Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi," *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataan* 11, no. 2 (2012).

[17] Bab Iii and A Pengertian Strategi, "Tahapan Manajemen Strategi" 22 (n.d.): 28–47.

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk pada perusahaan :

1. Pahami kebutuhan dan keinginan konsumen

   Sebuah kualitas yang dibutuhkan harus sesuai dengan kebutuhan konsumen, Mencari tahu dan memahami bagaimana keinginan dan kebutuhan konsumen agar konsumen menyukai produk yang dimiliki.

2. Tingkatkan setiap prosesnya

   Yang mana kualitas sebuah produk tidak lepas dari proses,tetap terus mengevaluasi proses dari awal dan segera memperbaiki jika ada kesalahan. Usaha coklat choque telah melakukan beberapa kali proses agar kualitas produk dapat sesuai kebutuhan konsumen.

3. Rancang peta masalah

   Agar masalah dapat di selesaikan dengan baik maka perusahaan harus terdata agar dapat mencari solusi pada tiap masalah yang di hadapi.

4. Tingkatkan kualitas kemasan

   Segi pengemasan juga termasuk pada strategi peningkatan kualitas. Karena penampilan kemasan yang menarik juga merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan penjualan.

5. Kelola permintaan dengan baik

Ketersediaan stok barang dalam dunia bisnis untuk mendorong persepsi yang lebih tinggi dalam pikiran konsumen.[18]

D. Hubungan Kualitas Produk dengan Penjualan

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki mutu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, sedangkan penjualan yaitu upaya penguasaan pasar yang berorientasi kepada keuntungan yang besar yang diperoleh suatu bisnis. Setiap perusahaan dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan system pemasaran yang efektif dan strategi khusus untuk meningkatkan pasar konsumen yang ada.[19]

Melalui kualitas produk, perusahaan dapat meningkatkan penjualannya. Perusahaan akan secara matang mengetahui seberapa besar persaingan produknya. Selain itu, perusahaan juga dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen berdasarkan segmen yang ada. Reputasi yang baik dan kepercayaan terhadap perusahaan menarik konsumen untuk melakukan pembelian berulang dan konsumen tidak beralih ke perusahaan lain yang juga menawarkan produk serupa. Bagi perusahaan, hal ini memudahkan untuk menentukan kualitas produk yang tepat sesuai dengan minat konsumen. Maka dari itu fungsi kualitas

[18] Bantara, *Panduan Untuk Memulai Bisnis Online - Cara Menjadi Sukses Dan Kaya* (Bagas Bantara, 2023), https://books.google.co.id/books?id=csapEAAAQBAJ.

[19] Cornelia Durmaya Manik, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan," *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 3, no. 1 (2015): 40–56.

produk sangat penting dalam menentukan peningkatan penjualan yang signifikan, sehingga penjualan dalam upaya penguasaan pasar dapat menghasilkan keuntungan yang besar, jadi dengan kualitas produk yang baik dalam upaya peningkatan penjualan dapat mempertahankan bisnis yang sedang dijalankan bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

E. Analisis kualitas Produk dalam Islam

Dalam pandangan islam, peningkatan kualitas produk adalah suatu hal yang harus dilakukan. Perbuatan yang mengabaikan kualitas merupakan perbuatan yang sis-sia, jika kualitas produk diabaikan konsumen akan berpikir ulang untuk melakukan pembelian. Kualitas produk menjadi sesuatu yang sangat berarti, menjadi suatu nilai penting dalam meningkatkan penjualan, karena Rasulullah SAW membangun kepuasan pelanggannya melalui kualitass produk dan juga nilai-nilai yang ada di dalamnya (Islam). Beliau menyampaikan kualitas produk menempati urutan pertama, dan kemudian seiring dengan kemajuan zaman kualitas tersebut disesuaikan dengan cara pandang masing-masing konsumen.[20] Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting pada suatu usaha, karena tentunya dengan kualitas produk yang bagus konsumen akan melakukan pengulangan pembelian. Menurut Astuti dan Matondang Nurhafifah kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat

[20] L.M.E.I. Dr. Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Prenada Media, 2018), https://books.google.co.id/books?id=hF4CEAAAQBAJ.

digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsinoleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu.[21]

Sebagaimana firman Allah dalam Qur'an Surah Al-ahzab ayat 70 :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًاۙ

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar"*

Dari ayat diatas Allah SWT berfirman "katakanlah perkataan yang benar", seperti halnya dengan pesan gambar dibungkus rokok sebagai upaya promosi kesehatan diharapkan menunjukkan kebenaran dalam iklan menawarkan produk rokok, begitupun pada bisnis lainnya. Allah SWT memerintahkan hambaNya untuk berkata jujur dalam bisnis agar konsumen tidak kecewa dengan produk yang dimiliki. Seperti halnya coklat pada usaha choque dipasarkan sesuai dengan kualitas yang dimiliki.[22]

F. Landasan Syariah Kualitas Produk

Landasan syraiah dalam kualitas produk berkaitan dengan prinsip-prinsip etika dan keadilan dalam islam. Beberapa prinsip utama yang menjadi landasan syariah terkait kualitas produk melibatkan :

a. Keadilan dan kebenaran

[21] Hisnul Hisnul, Pompong Budi Setiadi, and Sri Rahayu, "Umkm Dimasa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Teknology Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo," *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (2022).

[22] M A Dr. Azhari Akmal Tarigan, *Al-Quran Dan Ilmu Kesehatan Masyarakat Perspektif Integratif* (Merdeka Kreasi Group, 2022), https://books.google.co.id/books?id=J292EAAAQBAJ.

Firman Allah dalam QS. An-Nisa 4:135 yang berarti :

"Hai orang-orang yang beriman, jadilah kalian pribadi-pribadi yang menegakkan keadilan, menjadi saksi Allah, walaupun terhadap diri sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabat. Jika ia kaya atau miskin maka Allah lebih tahu kemaslahatannya."

b. Kebersihan

Firman Allah dalam QS Al-baqarah 2:222 yang berarti :

"Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertaubat dan menyukai orang-orang yang mensucikan diri."

c. Hak Konsumen

Firaman Allah dalam QS. An-Nisa 4:29 yang berarti :

"Hai Orang-orang yang beriman, janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu."

d. Kejujuran dan keterbukaan

Firman Allah dalam QS. Al-baqarah 2:42 yang berarti :

"Dan janganlah kamu campur adukkan yang benar dengan yang bathil, dan kamu sembunyikan yang benar itu, sedangkan kamu mengetahui."

Penting bahwa interpretasi ayat-ayat ini dan hubungannya dengan kualitas produk dapat bervariasi. Penyelenggaraan produk sesuai dengan prinsip-prinsip ini tidak hanya mendukung nilai-nilai

agama, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen muslim terhadap produk dan merek.

G. Metode Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan singkatan dari empat kata yaitu strengths, weaknesses, opportunities, dan threats. Analisis swot merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), ancaman (threats) dalam suatu spekulasi bisnis. Menurut Kotler dalam Tamara Angelica mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah evaluasi terhadap leseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.[23]

a. Strengths (Kekuatan)

Strengths merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam suatu organisasi. Suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam organisasi (Internal).

b. Weaknesses (kelemahan)

Weaknesses merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam internal organisasi.

c. Opportunities (Peluang)

[23] F N D Fatimah, *Teknik Analisis SWOT*, Anak Hebat Indonesia (Anak Hebat Indonesia, 2016), https://books.google.co.id/books?id=CRL2DwAAQBAJ.

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi (eksternal) yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/organisasi.

d. Threats (ancaman)

Ancaman merupakan kebalikan dari peluang, kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan.

Faktor-faktor yang ditetapkan kemudian diterapkan dalam bentuk matriks SWOT, yang mana pengaplikasiannya adalah :

1. Bagaimana kekuatan (strengths) mampu mengambil keuntungan dari peluang (opportunities) yang ada (SO).
2. Bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (weaknesses) yang mencegah keuntungan dari peluang (opportunities) yang ada (WO).
3. Bagaimana kekuatan (strengths) mampu menghadapi ancaman (threats) yang ada ST.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (weaknesses) yang mampu membuat ancaman (threats) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru WT.[24]

[24] D A Prasetya, *Teknik Analisis SWOT: Panduan Praktis Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Untuk Strategi Bisnis Anda* (Anak Hebat Indonesia, 2023), https://books.google.co.id/books?id=GTrhEAAAQBAJ.

H. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini penulis terlebih dahulu mengambil hasil penelitian dahulu yang relevan. Kajian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat dari :

Tabel 2.1

Kajian Terdahulu

No	Nama dan Tahun	Sumber	Judul	Hasil
1.	Lily Alia (2021)	Journal Ekonomi & Bisnis	Analisis Persepsi Konsumen Dalam Menyusun Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Di Cafe Feelter.	Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap harga, kualitas produk dan suasana di cafe Feelter. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan 65 responden yang pernah membeli dan datang ke cafe Feelter akan tetapi tidak datang kembali, dan menggunakan teknik judgemental sampling. Hasil

				penelitian menunjukkan bahwa.[25]
2	Muchammad Saifuddin, Sayyidah Aliyah (2019)	Journal Of Economics	Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Home Industri Kerupuk Pedas Melalui Atribut Produk Dalam Perspektif Manajemen Mutu (Studi Pada Ud. Alim Rugi Desa Sono, Sidokerto Kec. Buduran, Kab. Sidoarjo, Jawa Timur)	Hasil dari penelitian ini adalah Pengendalian Mutu Pada Kualitas Bahan Baku Kerupuk Pedas UD. Alim Rugi. kualitas bahan baku dalam pembuatan produk kerupuk pedas sangat diperhatikan. Pengendalian Mutu Dalam Proses Pembuatan Produk Kerupuk Pedas UD. Alim Rugi Dalam proses pembuatan produk kerupuk pedas Pengendalian mutu dalam proses pembuatan produk UD.[26]

[25] Lily Alia et al., "Analisis Persepsi Konsumen Dalam Menyusun Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Di Cafe Feelter," *Ekonomi & Bisnis* 20, no. 1 (2021): 71–79.

[26] Sayyidah Aliyah Muchammad Saifuddin, "Home Industri Kerupuk Pedas Melalui Atribut Produk Dalam Perspektif Manajemen Mutu," *Journal of Economics* 4, no. 1 (2019): 1–20.

3	Odi Andanu, Faqih Udin, dan Titi Candra Sunarti (2021)	Jurnal Teknologi Industri Pertanian	Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dalam Rantai Pasok Komoditi Pisang Di Provinsi Bengkulu.	Metode yang digunakan yakni kerangka manajemen rantai pasok Van der Vorst, Quality Function Deployment (QFD dan Analytical Hierarchy Process (AHP). Hasil penelitian ini adalah struktur rantai pasok pisang terdiri dari petani, pengepul, industri, retailer dan konsumen.[27]
4	Triastuti, Ni Ketut Titi Wiranatha, A.A.P. Agung Suyawan Wrasiati, Luh Putu (2018)	Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri	Strategi Peningkatan Kualitas Produk Body Scrub Pt Bali Tangi Dengan Metode Quality Function Deployment	Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang dipentingkan oleh konsumen adalah informasi pada kemasan, keamanan produk, manfaat produk, kandungan produk, kebersihan produk, sertifikasi

[27] Pasok Komoditi, Odi Andanu, and Faqih Udin, "Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dalam Rantai Pasok Komoditi Pisang Di Provinsi Bengkulu," *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 31, no. 2 (2021): 220–231.

				produk, aroma produk, daya simpan produk, bentuk kemasan, takaran produk, warna kemasan, bentuk produk dan warna produk.[28]
5	Soehardi (2021)	Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis	Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Kopi Golda	Hasil penelitian diperoleh kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan, kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap volume penjualan. Loyalitas berpengaruh terhadap volume penjualan. Kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan

[28] Ni Ketut Titi Triastuti, A.A.P. Agung Suyawan Wiranatha, and Luh Putu Wrasiati, "Strategi Peningkatan Kualitas Produk Body Scrub Pt Bali Tangi Dengan Metode Quality Function Deployment," *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri* 6, no. 4 (2018): 365.

				kopi golda pada PT. Bekasi Distribusindo Raya[29]
6	Ahda Segati (2018)	JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)	Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan	Hasil dari penelitian ini yaitu penelitian yang digunakan untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab akibat antara faktor tertentu yang mungkin menjadi penyebab gejala yang diselidiki.[30]

[29] Soehardi Soehardi, "Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Kopi Golda," *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 4, no. 2 (2021): 353–360.

[30] AHDA SEGATI, "Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan," *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 3, no. 2 (2018): 159.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang dilakukan pada usaha Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam. Teknik analisa data yang digunakan yaitu dengan cara menganalisis data dan keterangan yang diperoleh di lapangan secara deskriptif kualitatif yang selanjutnya dianalisis dari riset kepustakaan. Penelitian kualitatif merupakan salah satu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tindakan, dan prilaku orang-orang yang diamati dan diteliti. Penelitian kualitatif diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam terkait perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan yang dapat dianalisis dan diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat dan organisasi dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus terkait analisis kualitas produk dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam. Waktu penelitian dilakukan pada 30 Agustus 2023 sampai sekarang.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama pada lokasi penelitian dengan melakukan pengukuran dalam bentuk observasi dan wawancara. Menurut sugiyono data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti.[31] Data diperoleh melalui pemilik usaha choque, selanjutnya data juga peneliti peroleh dari reseller choque untuk mengetahui kualitas produk yang dimiliki.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain. Prolehan data ini bisa berupa dokumen, sumber bacaan seperti jurnal dan buku lainnya terkait kajian yang peneliti teliti terkait analisis kualitas produk untuk meningkatkan penjualan pada usaha choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

D. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

[31] L T Handayani, *Buku Ajar Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif (Penelitian Kesehatan)* (PT.Scifintech Andrew Wijaya, n.d.), https://books.google.co.id/books?id=OYCyEAAAQBAJ.

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam pengumpulan informasi atau data. Wawancara merupakan kemampuan dan keterampilan mutlak yang harus dimiliki oleh setiap lulusan psikologi.[32] Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk mencari jawaban atas hipotesis yang disusun dengan ketat. Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dengan tujuan agar dapat dipecahkan serta ingin mengetahui hal-hal dan informen yang lebih mendalam terkait analisis kualitas produk untuk meningkatkan penjualan pada usaha choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

b. Observasi

Menurut Morris observasi adalah sebagai aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan instrumen-instrumen dan merekamnya dengan tujuan ilmiah atau tujuan lain. Lebih lanjut dikatakan bahwa observasi merupakan kumpulan kesan tentang dunia sekitar berdasarkan semua kemampuan daya tangkap pancaindera manusia.[33] Observasi langsung ini dilakukan peneliti untuk mengoptimalkan data mengenai analisis

[32] Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodignostik* (Penerbit LeutikaPrio, 2016).

[33] Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)," *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21–46.

kualitas produk coklat pada usaha choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam. Dalam observasi secara langsung ini, peneliti selain berlaku sebagai pengamat penuh yang dapat melakukan pengamatan terhadap gejala atau proses yang terjadi sebenarnya yang langsung diamati saat observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis pada hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Observasi digunakan untuk mendapatkan data dengan cara melakukan pengamatan terkait kualitas produk coklat pada usaha choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sarana pembantu penelitian dalam mengumpulkan data atau informasi yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena terkait kualitas produk coklat.

E. Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan pengelolaan data yang dibantu dengan teori-teori yang telah didapatkan. Anlisis data adalah telaah yang digunakan untuk menyederhanakan data yang diperoleh sehingga mudah dipahami dan dibaca.

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis SWOT. Metode analisis swot ini memperhatikan beberapa aspek yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi strategi

yang akan dirancang. Ada 4 kategori yang akan digunakan untuk mengidentifikasi diantaranya kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), ancaman (treaths). Manfaat dari analisis swot adalah untuk mengetahui kualitas produk perusahaan, sebagai pedoman dalam mencapai tujuan perusahaan dan sebagai upaya dalam menyempurnakan strategi yang telah dilakukan atau yang telah ada sebelumnya, sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus tumbuh pada kondisi yang akan terjadi di masa depan.

Table 3.1

Matriks Swot

W S O T	Strength (S) Faktor-faktor kekuatan	Weakness (W) Faktor-faktor kelemahan
Opportunity (O) Faktor-faktor peluang	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T) Faktor-faktor ancaman	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman

a. Strategi SO yaitu upaya usaha coklat choque dalam memanfaatkan kekuatan yang ada dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
b. Strategi WO yaitu menciptakan strategi yang dipakai berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang ada pada usaha coklat choque.
c. Strategi ST yaitu strategi yang digunakan pada usaha coklat choque dalam meningkatkan kekuatan untuk mencegah atau mengatasi ancaman yang akan terjadi.
d. Strategi WT yaitu upaya dalam menciptakan strategi dengan meminimalisir segala bentuk kelemahan yang dimiliki usaha coklat choque dan menghindari segala bentuk ancaman yang akan terjadi dimasa yang akan datang.[34]

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan selesai pengumpulan data dalam waktu tertentu. Data yang didapat mengenai analisis kualitas produk untuk meningkatkan coklat pada usaha choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam digambarkan secara sistematis, faktual dan akurat melalui pengolahan atau analisis data yang dilakukan melalui beberapa teknis atau tahap sebagai berikut:

1. Pengumpulan data

[34] M A Salim, A B Siswanto, and D M Wijayanti, *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner (CV. Pilar Nusantara*, 2019), https://books.google.co.id/books?id=ST8pEAAAQBAJ.

Pada penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan di lokasi penelitian dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi dengan melakukan penjelajahan secara umum terhadap objek yang diteliti serta dengan semua yang di lihat dan didengar. Pada penelitian ini dilakukan observasi, dokumentasi dan wawancara kepada pemilik usaha choque.

2. Reduksi data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Pada penelitian ini data yang dipilih adalah data yang berupa hasil pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

3. Penyajian data

Penyajian data merupakan kegiatan mengelompokan data yang telah direduksi. Pengelompokan data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan sebagianya. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dan dipilih sesuai dengan masalah terkait kualitas produk coklat pada usaha choque. Kemudian data tersebut disajikan dengan permasalahan dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian data maka data tersebut disajikan dalam analisis kualitas produk coklat untuk meningkatkan penjualan pada usaha choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan analisis yang dikhususkan pada pendeskripsian data yang telah disajikan. Pada bagian ini penulis membuat kesimpulan berdasarkan temuan yang berupa deskripsi terkait kualitas produk coklat untuk meningkatkan penjualan pada usaha choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHAS

A. Monografi Coklat Choque Koto Tuo IV Koto

Coklat adalah salah satu dari seluruh makanan ringan yang sangat disukai masyarakat karena praktis, rasanya enak dan juga banyak manfaat yaitu coklat. Coklat ini juga salah satu makanan yang tidak termakan oleh zaman sejak dahulu hingga memasuki zaman yang modern seperti saat ini. Pada perkembangannya, selain dijadikan minuman khas, biji kakao juga diolah menjadi cokelat batangan dan aneka kue yang lezat.

Dengan mengkonsumsi cokelat, tubuh mampu menghasilkan antioksidan yang dapat membantu mencegah serangan jantung dan mempertahankan daya tahan tubuh. Selain itu karbohidrat yang dibentuk senyawa kimia didalam cokelat menghasilkan serotonin yang membantu stimulasi otak sehingga kita merasa santai dan juga tenang.[35]

Usaha Choque ini sudah berdiri sejak awal tahun 2023, yang mana usaha choque ini terletak di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam. Awalnya usaha choque masih memasarkan produknya melalui orang-orang terdekat kemudian dipasarkan langsung ke masyarakat Koto Tuo dan sekitarnya. Dengan berjalannya waktu usaha choque mulai dikenal oleh masyarakat luar, akan tetapi produk coklat choque produk coklat choque ini tidak

[35] S.P.M.P. Dr. Tamrin, *Katekin Biji Kakao (Antioksidan Untuk Pangan Fungsional Dan Penurunannya Dalam Proses Pengolahan)* (Deepublish, 2023), https://books.google.co.id/books?id=AdLKEAAAQBAJ.

memiliki masa ketahanan dalam jangka waktu yang lama sehingga kualitas ketahanannya masih kurang dibandingkan dengan coklat kemasan lainnya yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat atau bahkan terkenal dengan kualitasnya yang bagus dan memiliki ketahanan produk dalam jangka waktu yang cukup lama.

Coklat choque ini awalnya mempunyai jangka ketahanan hanya selama tujuh hari, kemudian dengan berkembangnya penelitian yang dilakukan oleh choque agar kualitas ketahanan cukup lama, setelah dilakukan penelitian choque dapat mengeluarkan produknya dengan ketahanan jangka waktu dua belas hari sampai saat ini.

B. Visi dan Misi Coklat Choque Koto Tuo IV Koto

1. Visi Coklat Choque

   Menjadi perusahaan coklat yang tangguh dengan produk berkualitas dan jaringan distribusi yang luas.

2. Misi Coklat Choque
   a. Menghasilkan produk coklat yang berkualitas dengan harga terjangkau dan mudah dipasarkan.
   b. Selalu berkreasi dan berinovasi agar tetap di hati masyarakat.
   c. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi SDM berpotensi.

C. Tugas, Fungsi dan Struktur Organisasi Coklat Choque Koto Tuo IV Koto

Susunan organisasi coklat choque sebagai berikut :

1. Pemilik Coklat Choque

2. Bagian keuangan
3. Bagian pemasaran
4. Bagian Produksi

Adapun tugas dan fungsi dari masing-masing bagian/jabatan pada usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam sebagai berikut :

1. Pemilik Coklat Choque

   Pemilik coklat choque bertugas dan berfungsi untuk mengelola, memimpin dan menjalankan usaha dengan kebijakan yang ada, serta memilih, menetapkan dan mengawasi tugas dari karyawan dan menetapkan strategi-strategi untuk mencapai visi dan misi dari usaha coklat choque. Serta pemilik coklat choque juga membantu karyawan-karyawan dalam menjalankan usaha agar berjalan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

2. Bagian keuangan

   Bagian keuangan mengatur dan menyusun serta mencatat laporan keuangan mengenai pemasukan dan pengeluaran dari usaha coklat choque. Bagian keuangan juga membuat laporan keuangan perbulan maupun pertahun untuk memastikan kesehatan keuangan usaha coklat choque.

3. Bagian pemasaran

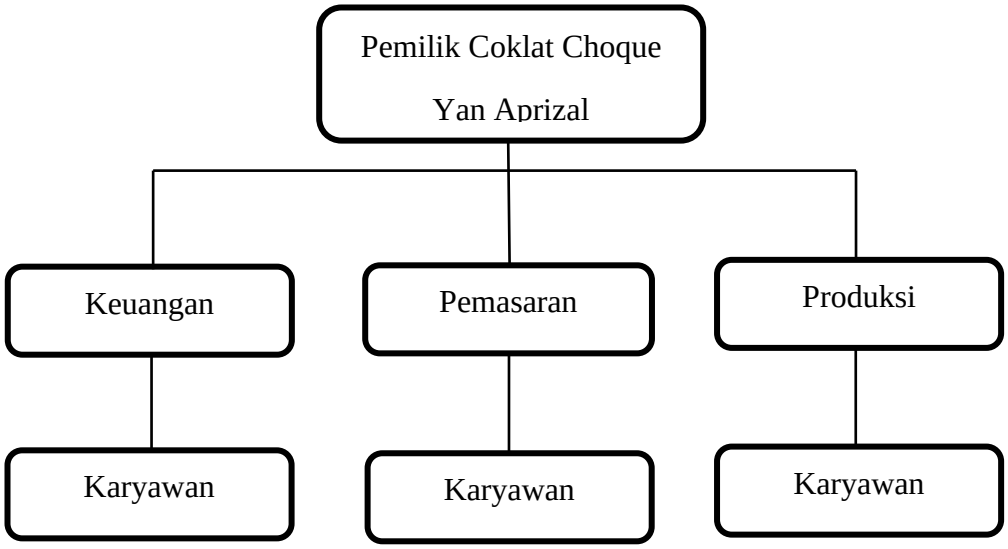
   Bagian pemasaran memiliki tugas dan fungsi untuk memutuaskan harga jual hasil produksi, mempromosikan produk ke media sosial untuk

meningkatkan penjualan. Serta menjangkau pasar yang lebih luas lagi dan mengarahkan karyawan dalam meningkatkan seluruh sumber daya yang ada secara optimal bagi kepentingan usaha coklat choque serta bertanggung jawab dalam membina hubungan baik dengan konsumen.

4. Bagian produksi

   Bagian produksi memiliki tugas serta berfungsi untuk mengawasi serta mengarahkan jalannya proses produksi, membuat inovasi dalam produksi coklat choque dan bertanggung jawab penuh terhadap pemeliharaan mesin dan peralatan produksi. Bagian ini juga berfungsi untuk mencapai target produksi harian coklat choque.

Struktur Organisasi Coklat Choque



Sumber : Pemilik Coklat Choque

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang "Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam" diperoleh hasil sebagai berikut:

Melalui penelitian yang telah dilakukan terdapat pengaruh positif terhadap strategi peningkatan kualitas produk yang artinya semakin meningkat strategi peningkatan kualitas produk maka semakin meningkat pula masa ketahanan produk coklat choque. Pada tahap selanjutnya yaitu perumusan strategi peningkatan kualitas produk berdasarkan matriks SWOT yang diperoleh dari coklat choque melalui strategi pengumpulan data dengan cara wawancaara, observasi dan dokumentasi. Dalam hal ini komponen utama yang akan dibahas dalam skripsi ini yaitu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat memenuhi strategi peningkatan kualitas produk pada usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

1. Kekuatan

Kekuatan merupakan faktor unggulan yang dapat dikembangkan atau dipertahankan dalam melakukan pembina guna tercapai pencapaian prestasi yang maksimal. Kekuatan merupakan suatu potensi yang dimiliki oleh suatu perusahaan, keterampilan atau keunggulan serta sumberdaya yang menjadikan bisnis atau perusahaan unggul dalam semua bidang yang terdapat dalam suatu bisnis.[36] Kekuatan juga dapat

[36] Fatimah, *Teknik Analisis SWOT*.

mencakup letak yang strategis, bangunan yang menarik, memiliki sumber daya yang berkualitas serta faktor lain yang menjadikan usaha rumah susu menjadi unggul dalam hal internal. Berikut ini beberapa potensi atau kekuatan yang menjadikan coklat choque menjadi lebih unggul sehingga dapat meningkatkan penjualan coklat choque.

a. Desain kemasan yang unik dan kreatif.

Desain kemasan bukan masalah membungkus dan melindungi produk saja, tapi juga memiliki daya tarik untuk mempromosikan sebuah produk. Makanya coklat choque membuat kemasan coklat yang unik dan kreatif sehingga dapat membuat daya tarik pelanggan. Desain kemasan usaha choque mulai dari warnanya sesuai dengan varian rasa seperti rasa blueberry dengan kemasan berwarna ungu, serta ukuran kemasan pada coklat choque kecil kemudian dimasukkan ke kotak yang besar. Sehingga Produk juga terjaga kehigienisannya. Kemasan akan menjadi identitas brand, jika kemasan produk berbeda dengan yang lain akan menjadikan konsumen mengingat produk usaha tersebut. Penjelasan lebih lanjut terkait tampilan produk yang dimiliki oleh coklat choque juga dijelaskan oleh pemilik usaha choque yang mengatakan bahwa:

"Tampilan pada kemasan coklat choque yang kami desain dengan bentuk yang unik dengan ukuran coklat yang kecil berbentuk dadu dan kami lapisi juga didalamnya dengan aluminium foil sehingga dapat terjaga kehigienisan produk choque, desain kemasan sesuai varian rasa produk kemudian disusun dalam kemasan kotak yang lebih besar. Dan sudah mendapatkan izin edar PIRT dan juga label halal. Kami produksi kemasan yang imut dan

menarik sehingga pelanggan puas dengan tampilan dan varian rasanya"[37]

b. Mempunyai banyak varian rasa.

Produk yang beragam varian rasa yang banyak disukai pelanggan terhadap coklat choque, yang memiliki banyak varian isian dari coklat choque tersebut sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen dalam mengkonsumsi produk yang diproduksi. Penjelasan lebih lanjut dijelaskan oleh pemilik usaha coklat choque:

"*Produk yang kami hasilkan ada sekitar delapan varian rasa isian yaitu, rasa marsmello, rasa milo,rasa kacang, rasa keju, rasa matcha, rasa oreo, rasa blueberry, dan rasa strawberry*"[38]

c. Sumber daya manusia yang berkualitas.

Sumber daya manusia merupakan suatu hal yang penting menjadi petunjuk arah dalam mengarahkan suatu usaha atau bisnis menjadi lebih maju dan sukses dikemudian hari.[39] Penjelasan lebih lanjut juga dijelaskan oleh pemilik usaha coklat choque yang menyatakan bahwa :

"*Sumber daya manusia yang kami miliki hanya beberapa walaupun sedikit mereka cukup berpotensi dibidangnya, coklat choque ini berjalan dengan baik berkat kemampuan yang dikembangkannya*"[40]

d. Terbuat dari bahan baku yang berkualitas.

[37] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Sabtu, 23 Desember 2023.

[38] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Sabtu, 23 Desember 2023.

[39] Hasibuan Malayu, "Managemen Sumber Daya Manusia," *Managemen Sumber Daya Manusia* 4 (2014): 288.

[40] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. 23 Desember 2023.

Bahan baku yang berkualitas sangat penting dalam sebuah usaha, dikarenakan bahan baku adalah bahan utama yang akan digunakan untuk pembuatan suatu produk. Terutama pada produk coklat yang diambil dari bahan yang berkualitas. Berikut penjelasan lebih lanjut yang dijelaskan oleh pemilik usaha coklat choque yang menyatakan bahwa :

> "*Bahan baku sangat penting bagi suatu usaha, bagi kami bahan baku berkualitas tinggi maka daya jualnya juga tinggi pula yang menjadikan usaha untung*"[41]

2. Kelemahan

Kelemahan yaitu suatu keterbatasan internal yang berkinerja buruk. Menganalisis kekuatan sebelum kelemahan untuk menciptakan dasar keberhasilan dan kegagalan ide yang baik. Kelemahan juga yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif.[42] Berikut ini beberapa poin terkait kelemahan atau kekurangan yang dialami coklat choque sebagai berikut :

a. Kurang percaya diri dalam memperbaharui produk untuk meraih target.

Dalam membangun usaha percaya diri harus sangat penting untuk kelancaran usaha dalam meraih target yang telah ditentukan. Dengan adanya saran dari pelanggan kita dapat memperbaharui kekurangan-kekurangan yang kita punya sehingga pelanggan tidak

[41] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. 23 Desember 2023.

[42] F Rangkuti, *Personal SWOT Analysis* (Gramedia Pustaka Utama, 2015), https://books.google.co.id/books?id=TRhIDwAAQBAJ.

kecewa dengan produk yang kita jual. Berikut penjelasan terkait kelemahan/kekurangan yang dialami coklat choque sebagai berikut:

"*Adanya saran dari konsumen untuk menambah lagi menu dari choque, kemudian kami dari pihak choque belum percaya diri untuk mengambil keputusan tersebut sehingga beberapa pelanggan ada yang bosan dengan coklat choque sehingga tidak melakukan pembelian ulang*"[43]

b. Adanya kekurangan dalam bidang pemasaran pada usaha coklat choque.

Bidang pemasaran memang sangat penting bagi perusahaan, bidang pemasaran juga terbagi beberapa jenis salah satunya iklan di sosial media, dimana iklan di sosial media sangat berguna agar mudah dijangkau oleh orang yang menggunakan media sosial. Berikut penjelasan dari pemilik coklat choque yang mengatakan bahwa :

"*Memang kami tidak terfokus memasarkan produk di media sosial sehingga tidak banyak orang yang mengetahui produk choque ini, kami saat ini terfokus kepada reseller-reseller diberbagai daerah*"[44]

c. Alat produksi yang masih manual.

Peralatan yang canggih juga mendukung hasil produksi yang maksimal. Lain halnya dengan coklat choque karena alat produksinya masih menggunakan peralatan yang manual. Penjelasan lain terkait kelemahan/kekurangan yang dialami rumah

[43] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Sabtu, 13 Januari 2024.
[44] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Sabtu, 23 Desember 2023.

susu juga dijelaskan oleh pemilik usaha coklat choque beliau menyatakan bahwa :

"*Kekurangan yang kami alami saat ini yaitu memproduksi masih secara manual karena belum menggunakan teknologi yang canggih, dan kami memproduksi coklat choque membutuhkan waktu yang cukup lama, meskipun demikian kami berusaha memaksimalkan dan menjadwalkan kegiatan dalam produksi*"[45]

Alat produksi sangat menentukan kesuksesan dalam proses produksi yang akan dihasilkan. Meskipun alat yang digunakan coklat choque masih manual, dikarenakan kegigihan pemilik usaha beserta karyawan yang saling bekerja sama dan saling membantu sehingga coklat choque tidak kesusahan dalam memenuhi permintaan konsumen dengan tepat waktu.

d. Masa ketahanan produk sangat terjangkau.

Masa ketahanan produk atau disebut juga dengan umur simpan didefinisikan sebagai rentang waktu yang dimiliki suatu produk mulai dari produksi hingga konsumsi sebelum produk mengalami penurunan kualitas/rusak sehingga tidak layak untuk dikonsumsi.[46] Berikut penjelasan dari pemilik usaha coklat choque yang menyatakan bahwa :

"*Memang produk kami memiliki batas waktu umur simpan produk yaitu awalnya satu minggu, kemudian dengan beberapa kali uji coba lagi coklat choque dapat memperpanjang umur simpannya menjadi dua belas hari*"[47]

[45] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Sabtu, 13 Januari 2024.

[46] Mohammad Lukman and Wahyu Wulandari, "Peningkatan Kualitas Produk Cokelat Dengan Integrasi Metode Kano Dan QFD," *Jurnal Teknik Industri* 19, no. 2 (2018): 190–204.

[47] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Minggu, 14 Januari 2024.

3. Peluang

Peluang adalah suatu proses yang melibatkan individu atau kelompok yang menggunakan usaha dan sarana tertentu untuk menciptakan suatu nilai tumbuh guna memenuhi sebuah kebutuhan. Dengan adanya peluang dalam bisnis, kita dapat memanfaatkan peluang tersebut sebaik-baik mungkin agar dapat memberikan kontribusi terhadap kesuksesan dalam usaha yang kita jalankan. Beberapa hal dibawah ini merupakan suatu peluang yang dapat menguntungkan bagi usaha coklat choque :

a. Varian rasa yang banyak disukai pelanggan.

   Varian rasa pada produk coklat berguna untuk menjadikan coklat memiliki khas rasa sesuai dengan variannya, dengan adanya pilihan varian konsumen dapat memilih sesuai selera atau kesukaannya masing-masing. Berikut penjelasan lebih lanjut dari pemilik usaha coklat choque yang menyatakan bahwa:

   > "*Kami memiliki delapan varian rasa, yang menjadi favorit pelanggan yang sering mengulang pembelian yaitu varian keju. Dikarenakan keju yang kami pakai keju yang berkualitas tidak keju berbentuk batangan yang dipotong akan tetapi keju yang berbentuk cair sehingga banyak disukai pelanggan kami*"[48]

b. Memiliki daya tarik tersendiri sehingga memiliki prospek dimasa mendatang.

   Dengan memiliki kemasan yang unik dan imut suatu usaha akan dipandang baik dan akan menjadi daya tarik bagi pelanggan

[48] Yan Aprizal, "Wawancara," in *Varian Rasa*, 2023.

yang membelinya. Serta memiliki ciri khas rasa pada produk pasti akan menjadikan produk juga dipandang baik sehingga pelanggan tidak bosan dengan rasa coklat kita. Berikut penjelasan lebih lanjut dari pemilik usaha coklat choque yang menyatakan bahwa :

> "*Coklat choque memiliki desain kemasan yang menarik pelanggan karena dengan kemasan pelanggan dapat menilai suatu produk, kemudian kami membuat coklat dengan khas rasa tidak terlalu manis dengan tingkat kemanisannya yang pas sehingga bisa dinikmati disemua kalangan. Dengan kami membuat daya tarik tersendiri coklat choque memiliki prospek dimasa mendatang*"[49]

c. Tidak adanya kompetitor sejenis didaerah yang sama di Koto Tuo IV Koto.

Suatu usaha pasti memiliki pesaing yang memiliki usaha sejenis, akan tetapi coklat choque hanya satu-satunya di Koto Tuo sehingga peluangnya sangat besar untuk mengenbangkan usaha didaerah tersebut. Berikut penjelasan lebih lanjut dari pemilik coklat choque yang menyatakan bahwa :

> "*Memang ini menjadi sebuah peluang bagi kami dikarenakan di Koto Tuo ini tidak ada pesaing yang menjual produk yang sejenis. Tentu peluang ini tidak akan kami sia-siakan, kami akan berusaha meningkatkan kualitas produk kami agar pelanggan tidak kecewa*"[50]

d. Upaya coklat choque dalam memanfaatkan sosial media.

Sosial media sangat penting bagi perusahaan terutama untuk memasarkan produk agar dapat dijangkau oleh masyarakat umum. Media sosial memberikan banyak peluang serta manfaat bagi

[49] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Minggu, 14 Januari 2024.
[50] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Rabu, 17 Januari 2024.

pebisnis untuk mencapai targetnya. Dengan adanya media sosial pelanggan bisa menjangkau kapan saja dan dimana saja. Apalagi pada zaman modern ini semuanya berhubungan dengan internet, sosial media sehingga mudah mengikuti trend sesuai dengan zamannya. Berikut penjelasan pemilik coklat choque beliau menyatakan bahwa :

> "*Memang media sosial sangatlah bermanfaat bagi pebisnis pada era globalisasi saat sekarang ini, kami juga membuat pesanan coklat secara online melalui akun instagram kami yang bernama @choque_arva. Kemudian kami juga memanfaatkan peluang ini melalui reseller kami.*"[51]

4. Ancaman

Ancaman merupakan kondisi penting yang tidak menguntungkan bagi lingkungan usaha atau bisnis. Ancaman juga merupakan pengganggu dalam posisi sekarang atau dimasa yang akan datang. Berikut beberapa ancaman yang mungkin terjadi pada coklat choque :

a. Pesaing yang jual produk sejenis.

Membuka sebuah usaha tentu ada yang namanya pesaing, maka dari itu pelaku usaha harus memiliki ide kreatif yang berbeda guna mendapatkan pelanggan tetapnya. Sekarang ini banyak bermunculan dengan konsep dan produk jual yang sama jenisnya. Berikut penjelasan dari pemilik usaha coklat choque yang menyatakan bahwa :

> "*Di Koto Tuo ini memang tidak ada pesaing yang sejenis, akan tetapi diluar sana banyak pesaing yang menjual coklat*

[51] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Sabtu, 13 Januari 2024.

kemasan yang mana brandnya lebih dikenal oleh masyarakat. Disini kami melakukan beberapa upaya agar dapat bersaing dipasaran, salah satu upaya yang kami lakukan yaitu meningkatkan pelayanan dan kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan, contohnya saja seperti pada produk coklat yang kami buat dengan kadar gula yang pas sesuai dengan permintaan konsumen"[52]

b. Penurunan minat konsumen.

Pada suatu usaha tentunya memiliki naik turunnya penjualan termasuk naik turunnya minat konsumen terhadap produk yang kita jual. Salah satunya yang menjadi ancaman bagi usaha coklat choque yaitu kualitas produk dikarenakan umur simpan yang terbatas. Penjelasan lebih lanjut dari pemilik usaha coklat choque yang menyatakan bahwa :

"*Memang kami juga ada mengalami kehilangan pelanggan disebabkan turunnya minat konsumen. Dikarenakan kualitas ketahanan produk kami hanya bisa bertahan dua belas hari, sehingga konsumen takut untuk membeli dengan jumlah yang banyak.*"[53]

c. Persaingan kualitas ketahanan produk.

Dengan adanya masa ketahanan produk yang berjangka panjang maka minat beli konsumen juga akan meningkat. Meningkatkan masa ketahanan produk seperti coklat kemasan lainnya yang mempunyai ketahanan produk yang lebih lama juga membutuhkan beberapa kali uji kualitas produk. Coklat choque memiliki cara untuk meningkatkan masa ketahanan produknya.

[52] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Rabu, 17 Januari 2024.
[53] Aprizal yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Rabu, 17 Januari 2023.

Berikut penjelasan dari pemilik coklat choque yang menyatakan bahwa :

"*Coklat yang kami olah dari coklat batangan yang mana kami menyimpannya ditempat yang sejuk,kering dan gelap seperti didalam lemari makanan dengan suhu kurang dari 21 derajat sehingga coklat ini dapat bertahan cukup lama layaknya seperti coklat kemasan lainnya*"[54]

d. Kenaikan biaya bahan baku.

Ancaman dalam menjalankan usaha naiknya harga jual bahan baku yang tidak selaras dengan harga jual produk kita. Jika harga jual dinaikkan maka kemungkinan pelanggan tidak akan menetap untuk belanja. Kemudian jika harga produk tidak dinaikkan maka juga tidak ada keuntungan yang didapatkan. Berikut penjelasan lebih lanjut dari pemilik usaha coklat choque yang menyatakan bahwa :

"Hal ini menjadi ancaman yang cukup rumit bagi kami, dikarenakan jika mengambil keputusan untuk menaikkan harga jual produk maka kami takutkan para pelanggan akan pergi. Kami berusaha menjaga kualitas produk kami, akan tetapi jika harga bahan baku naik kami kesusahan untuk menetapkan herga jual produk kami. Kami akan mencari pemasok coklat batangan yang lain, kemudian kami batasi jumlah produksi agar tidak adanya kerugian."[55]

Kenaikan biaya bahan baku menjadi suatu hal yang susah dikontrol oleh pelaku usaha, dikarenakan bahan baku sangat penting bagi pelaku usaha. Jika herga bahan baku saja naik bagaimana dengan menetapkan harga jual nanti.

[54] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Sabtu, 20 Januari 2023.
[55] Aprizal Yan. Pemilik Coklat Choque. Wawancara Pribadi. Sabtu, 20 Januari 2024.

Penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa, selain yang keras dalam menciptakan inovasi dan ide yang menarik untuk produk coklat choque peran pemerintah sangat penting dalam memperbaiki perekonomian yang terjadi dinegara kita. Tak hanya mempertahankan keutuhan dan kekuatan negeri ini akan tetapi juga bisa menstabilitaskan perekonomian negeri ini. Suatu bisnis akan berjalan dengan lancar jika perekonomiannya baik.

E. Pembahasan Kondisi Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam.

Berikut merupakan pembahasan dari hasil matriks swot yang menggabungkan faktor internal dan faktor eksternal :

1. Analisis Kekuatan dan Peluang

a. Kekuatan

1) Desain kemasan yang unik dan kreatif.

   Coklat choque membuat kemasan coklat yang unik dan kreatif sehingga dapat membuat daya tarik pelanggan. Desain kemasan usaha choque mulai dari warnanya sesuai dengan varian rasa seperti rasa blueberry dengan kemasan berwarna ungu, serta ukuran kemasan pada coklat choque kecil kemudian dimasukkan ke kotak yang besar. Sehingga Produk juga terjaga kehigienisannya.

2) Mempunyai banyak varian rasa.

Coklat choque juga memiliki produk yang banyak varian rasa yang dapat menjadi daya tarik untuk konsumen dalam mengkonsumsi produk choque. Dengan adanya banyak varian membuat konsumen tertarik untuk mencoba semua varian dan ada juga konsumen yang menjadikan beberapa rasa favoritnya.

3) Sumber daya manusia yang berkualitas.

Sebagai pemilik usaha choque pak yan cukup handal dalam mengembangkan potensi yang dimiliki karyawannya. Dengan ilmu yang beliau miliki mampu mendirikan sebuah usaha coklat choque dengan kemampuan yang beliau miliki. Tanpa adanya sumber daya manusia usaha coklat choque tidak akan berjalan dengan lancar.

4) Terbuat dari bahan baku yang berkualitas.

Usaha coklat choque memproduksi produk coklatnya dari bahan baku yang tentunya dengan kualitas yang bagus, karena bahan baku adalah sebagai bahan utama yang digunakan dalam memproduksi. Coklat choque menggunakan bahan baku berkualitas agar para konsumen tidak kecewa dengan rasa yang dihasilkannya.

b. Peluang

1) Varian rasa yang banyak disukai pelanggan.

Pada usaha coklat choque ada varian rasa yang menjadi favorit pelanggan yaitu rasa keju. Dikerenakan Keju yang digunakan

bukanlah keju batangan melainkan keju berbentuk krim yang rasa kejunya sangat berasa sehingga varian keju ini sangat digemari oleh pelanggan.

2) Memiliki daya tarik tersendiri sehingga memiliki prospek dimasa mendatang.

   Daya tarik yang usaha choque miliki yaitu pada kemasannya yang unik, bentuk coklatnya yang imut serta rasa yang khas pada produk pasti akan menjadikan produk dipandang baik bagi konsumen. Khas rasa dari coklat ini yang tidak kemanisan serta memiliki banyak varian isian yang menarik pelanggan.

3) Tidak adanya kompetitor sejenis di daerah yang sama di Koto Tuo

   IV Koto.

   Usaha coklat kemasan di daerah Koto Tuo memang tidak ada, suatu usaha pasti menemukan yang namanya pesaing hanya saja pesaing yang sejenis tidak ada di derah Koto Tuo. Sehingga dapat menjadi peluang untuk mengembangkan bisnisnya.

4) Upaya coklat choque dalam memanfaatkan sosial media.

   Usaha coklat choque memiliki akun instragram yang bernama @Choque_arva, pemesanan melalui instagram juga dapat dilakukan. Sosial media sangat berguna untuk sebuah bisnis apalagi pada era globalisasi saat ini. Dimana jual beli banyak dilakukan secara online karena sangat mudah dan praktis.

Dengan adanya sosial media dapat menjangkau pelanggan dimana saja dan kapan saja.

2. Analisis Kelemahan dan Ancaman

a. Kelemahan

1) Kurang percaya diri

Coklat choque kurang percaya diri untuk menambah ragam produk yang dihasilkan, pada saat ini coklat choque hanya memproduksi coklat dadu dengan bebrapa varian isian. Coklat choque mendapatkan bebrapa saran dari pelanggan agar dapat menambah produknya, akan tetapi pemilik usaha choque masih kurang percaya diri disebabkan oleh ketakutan adanya penurunan minat konsumen.

2) Kurangnya bidang pemasaran.

Bidang pemasaran juga terbagi beberapa jenis, pada usaha choque ini kekurangan dibidang pemasaran jenis periklanan di sosial media karena masih terfokus menjual offline.

3) Alat produksi yang masih manual.

Kekurangan yang dialami coklat choque saat ini yaitu alat yang digunakan untuk produksi masih secara manual. Sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama dengan produksi yang terbatas.

4) Masa ketahanan produk yang terjangkau.

Kelemahan yang juga dialami oleh coklat choque yaitu kualitas ketahanan produk yang masih terjangkau sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

b. Ancaman

1) Pesaing menjual produk sejenis

Persaingan yang dialami usaha coklat choque yang dapat menurunnya omset penjualan. Maka dari itu coklat choque berusaha mengeluarkan ide kreatif yang berbeda dengan pesaing lainnya. Persaingan yang dialami choque ini yaitu pesaing yang berada diluar daerah Koto Tuo.

2) Penurunan minat konsumen

Usaha coklat choque memiliki kenaikan dan penurunan penjualan termasuk naik turunnya minat konsumen terhadap produk yang choque jual. Salah satu penyebab yang menjadi ancaman penurunan minat konsumen yaitu karena kualitas ketahanan produk yang singkat, sehingga membuat konsumen takut melakukan pembelian secara banyak.

3) Persaingan kualitas ketahanan produk

Masa ketahanan produk choque hanya dua belas hari, ini menjadi ancaman bagi coklat choque karena banyak pesaing coklat yang brandnya sudah lama dikenal oleh masyarakat luar dan juga memiliki kertahanan produk dalam jangka yang cukup panjang.

4) Kenaikan biaya bahan baku

Naiknya biaya bahan baku yang sangat berpengaruh bagi kelancaran usaha, dengan naiknya biaya bahan baku menjadi ancaman untuk harga jual produk. Kenaikan biaya bahan baku menjadi suatu hal yang susah dikontrol oleh pelaku usaha karena bahan baku sangat penting untuk pembuatan produk.

Bisnis atau usaha yang dijalankan tidak luput dari kekurangan dan lekebihan, dengan memanfaatkan kekuatan atau potensi yang dimiliki suatu bisnis tersebut dapat memperkecil kelemahan atau ancaman yang dapat terjadi dimasa yang akan datang. Melalui penjelasan diatas dapat dianalisis lebih lanjut melalui Analisis SWOT, sehingga kekurangan atau kelemahan yang dimiliki coklat choque dapat diminimalisir di masa yang akan datang. Berikut analisis yang dilakukan melalui Matriks Swot :

Table 4.1

Matriks SWOT

W S O T	Strength (S) a. Desain kemasan yang Unik dan kreatif. b. Mempunyai banyak varian rasa. c. Sumber daya manusia yang berkualitas.	Weakness (W) a. Kurang percaya diri dalam memperbaharui produk untuk meraih target.

	d. Terbuat dari bahan baku yang berkualitas.	b. Adanya kekurangan dalam bidang pemasaran. c. Alat produksi yang masih manual. d. Masa ketahanan produk sangat terjangkau.
Opportunity (O) a. Varian rasa yang banyak disukai pelanggan. b. Memiliki daya tarik tersendiri sehingga memiliki prospek dimasa mendatang. c. Tidak adanya kompetitor sejenis didaerah yang sama di Koto Tuo IV Koto. d. Upaya coklat choque dalam	Strategi SO a. Melakukan strategi diferensiasi produk. b. Melakukan pelatihan kepada karyawan agar kualitas SDM terjaga. c. Manfaatkan sosial media untuk mengembangkan usaha bidang pemasaran.	Strategi WO a. Meningkatkan atribut produk. b. Mengembangkan alat produksi yang lebih canggih untuk mempermudah proses pembuatan coklat choque. c. Meningkatkan masa ketahanan produk agar bisa bersaing dengan kompetitor sejenis yang memiliki masa ketahanan produk lebih lama.

memanfaatkan sosial media.		
Treaths (T) a. Pesaing produk sejenis. b. Penurunan minat konsumen. c. Persaingan kualitas ketahanan produk. d. Kenaikan biaya bahan baku.	Strategi ST a. Bekerja sama dengan pelaku bisnis online atau jasa ekspedisi. b. Pendekatan total quality manajemen (TQM). c. Melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan produk. d. Melakukan tinjauan untuk suplier bahan baku, untuk menghindari kerugian jika harga bahan baku dipemasok utama naik.	Strategi WT a. Memproduksi jumlah produk sesuai dengan permintaan. b. Mengoptimalkan fungsi tenaga kerja/karyawan untuk melakukan pelayanan dan promosi. c. Meningkatkan kreatifitas terhadap produk. d. Melakukan pengamatan status daur hidup produk.

Melalui matrik analisis Swot diatas dapat diketahui bahwa strategi peningkatan kualitas produk yang dilakukan oleh coklat choque yaitu dengan menggunakan strategi SO (strength dan opportunity) yaitu dimana strategi coklat choque lakukan menggunakan kekuatan dan peluang yang mereka miliki untuk menjalankan usaha coklat choque. Dengan demikian usaha coklat choque dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan varian rasa serta terfokus pada keunggulan coklat choque agar memberikan kepuasan terhadap pelanggan

serta meningkatkan teknologi yang digunakan dalam memproduksi produk coklat choque.

3. Strategi peningkatan kualitas produk

Setelah mengetahui strategi usaha atau bisnis yang tepat, langkah selanjutnya adalah menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas produk sebagai berikut :

a. Melalui kegiatan penelitian dan pengembangan produk merupakan kegiatan yang sangat penting untuk peningkatan kualitas produk. Dengan penelitian produk tentang produk apa dan produk seperti apa yang disukai konsumen. Penelitian produk sangat berguna bagi perusahaan akan dapat memproduksikan produk yang disukai oleh konsumen. Sedangkan pengembangan produk adalah upaya perusahaan untuk menciptakan produk baru, memperbaiki dan memodifikasi produk lama agar dapat memenuhi tuntutan pasar serta pelanggan.

b. Melalui pengamatan status daur hidup produk, produk yang baik kualitasnya selalu melalui tahapan perencangan, produksi, diterjunkan ke pasar dan melalui tahap siklus daur hidup produk mulai dari perkenalan, pertumbuhan, kematangan, kejenuhan, lalu akhirnya merosot dan mati. Sebelum akhirnya produk berada pada tahap merosot atau mati, organisasi bisnis harus bekerja optimal untuk mengembangkan produk agar dapat menggantikan posisi produk lama agar kualitasnya meningkat.

c. Pendekatan total quality manajemen (TQM), yang mana pada era globalisasi ini persaingan suatu bisnis makin tajam. Zaman sebelumnyahanya bersaing pada tingkat regional dan nasional, namun pada masa sekarang harus menghadapi persaingan global. Hanya prusahaan yang dapat menghasilkan kualitas sesuai dengan tuntutan pelanggan dapat memenangkan persaingan. Total quality manajemen merupakan sistem manajemen yang mengangkat kualitas sebagai strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan melibatkan seluruh anggota organisasi, dan juga suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus-menerus atas produk, tenaga kerja, proses dan lingkungan.[56]

d. Melalui atribut produk, dalam meningkatkan daya saing kualitas produk, dapat dilakukan melalui atribut produk. Ini merupakan suattu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Atribut produk dapat dilakukan melalui yang berwujud (Teknis) dan tidak berwujud (non teknis). Yang berwujud seperti fitur produk, desain bentuk, dan ukuran, kemasan atau pembungkus, merek dan labe. Sedangkan yang tidak berwujud seperti nama baik dan sudah terkenal dari perusahaan penghasil barang tersebut.

[56] Adita Nurholiq, Oyon Saryono, and Iwan Setiawan, "Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk," *Jurnal Ekonologi* 6, no. 2 (2019): 393–399, https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/download/2983/2644.

e. Melalui strategi diferensiasi produk, merupakan strategi dengan tujuan membuat produk dan jasa yang dianggap unik diseluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Dalam strategi ini perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya disepanjang beberapa dimensi yang secara umum dihargai oleh pembelinya. Perusahaan yang dapat mencapai dan mempertahankan diferensiasi akan menjadi perusahaan yang berkinerja di atas rata-rata dalam industrinya seandainya premi harganya melebihi biaya eksrayang diperlukan untuk menjadi unik.

4. Tujuan Peningkatan Kualitas Produk

Perusahaan harus mempunyai kebijakan yang jelas mengenai kualitas suatu produk perusahaan. Tujuan dari adanya peningkatan kualitas produk adalah:

a. Agar produk yang dihasilkan menjadi pemimpin dari produk-produk lain di pasaran (leader market).
b. Untuk menghindarkan barang-barang yang diproduksi cacat, rusak atau tidak sesuai sampai di tangan konsumen.
c. Dengan produk yang berkualitas maka akan dapat menarik konsumen untuk membeli produk dan mendapat kepercayaan dari konsumen.
d. Untuk efektivitas dan efisiensi perusahaan sehingga produktivitas dapat ditingkatkan.

e. Untuk kelangsungan hidup, tumbuh dan perkembangan perusahaan.

5. Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam

Aspek yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi strategi yang sudah peneliti lakukan diantaranya kekuatan (Strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), ancaman (treath). Kemudian hasil dari matriks SWOT strategi SO, ST, WO, WT.

Strategi SO menciptakan strategi yang menggunakan peluang, strategi yang didapatkan dari hasil penelitian tersebut yaitu, dengan melakukan strategi diferensiasi produk, melakukan pelatihan kepada karyawan agar kualitas SDM terjaga, memanfaatkan sosial media untuk membangun usaha bidang pemasaran. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa pada usaha coklat choque sudah dilakukan beberapa strategi yang dihasilkan dari penelitian ini yang mana coklat choque sudah melakukan pelatihan kepada karyawan agar dapat menjaga kualitas SDM.

Strategi ST menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, strategi yang didapatkan dari hasil penelitian tersebut yaitu, bekerjasama dengan pelaku bisnis online atau jasa ekspedisi, pendekatan total quality manajemen (TQM), melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan produk, melakukan tinjauan untuk suplier bahan baku, untuk menghindari kerugian jika harga bahan baku dipemasok utama naik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa pada usaha coklat choque belum menerapkan semua strategi

yang dihasilkan dari penelitian ini, harapan peneliti terhadap coklat choque agar usaha choque dapat berjalan dengan lancar serta dapat bersaing dengan produk sejenis.

Strategi WO menciptakan strategi yang meminimalisis kelemahan untuk memanfaatkan peluang, strategi yang didapatkan dari hasil penelitian tersebut yaitu, Meningkatkan atribut produk, mengembangkan alat produksi yang lebih canggih untuk mempermudah proses pembuatan coklat choque, meningkatkan masa ketahanan produk agar bisa bersaing dengan kompetitor sejenis yang memiliki masa ketahanan produk yang lebih lama. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa pada usaha coklat choque sudah menerapkan beberapa strategi dari hasil penelitian ini yang mana coklat choque telah melakukan peningkatan produk dalam memenuhi kebutuhandan keinginan konsumen melalui yang berwujud seperti desain bentuk, ukuran, kemasan, dan pembungkusnya. Kemudian coklat choque harus melakukan riset ulang untuk meningkatkan masa ketahanan produknya.

Strategi WT menciptakan strategi yang meminimalisir kelemahan dan menghindari ancaman, strategi yang didapatkan dari hasil penelitian tersebut yaitu, Memproduksi jumlah produk sesuai dengan permintaan, Mengoptimalkan fungsi tenaga kerja/karyawan untuk melakukan pelayanan dan promosi, Meningkatkan kreatifitas terhadap produk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa pada usaha coklat choque sudah menerapkan beberapa strategi dari hasil penelitian ini yang mana

coklat choque telah melakukan produksi sesuai dengan permintaan konsumen agar menghindari kerugian jika batas masa ketahanan produk habis, kemudian coklat choque harus mengoptimalkan tenaga kerja/karyawan untuk penjualan/promosi.

Adapun beberapa strategi yang dapat dilakukan usaha coklat choque untuk meningkatkan kualitas produk pada perusahaan yaitu, Pahami kebutuhan dan keinginan konsumen, Sebuah kualitas yang dibutuhkan harus sesuai dengan kebutuhan konsumen, Mencari tahu dan memahami bagaimana keinginan dan kebutuhan konsumen agar konsumen menyukai produk yang dimiliki. Tingkatkan setiap prosesnya, Yang mana kualitas sebuah produk tidak lepas dari proses,tetap terus mengevaluasi proses dari awal dan segera memperbaiki jika ada kesalahan. Usaha coklat choque telah melakukan beberapa kali proses agar kualitas produk dapat sesuai kebutuhan konsumen. Rancang peta masalah, Agar masalah dapat di selesaikan dengan baik maka perusahaan harus terdata agar dapat mencari solusi pada tiap masalah yang di hadapi. Tingkatkan kualitas kemasan, Segi pengemasan juga termasuk pada strategi peningkatan kualitas. Karena penampilan kemasan yang menarik juga merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan penjualan. Kelola permintaan dengan baik, Ketersediaan

stok barang dalam dunia bisnis untuk mendorong persepsi yang lebih tinggi dalam pikiran konsumen.[57]

Pada penelitian sebelumnya oleh Nidaullahi Latief tentang Strategi SWOT dalam meningkatkan penjualan yang mana penelitian ini melakukan stratgei dalam mengembangkan produk, penetrasi pasar, integrasi mundur, integrasi kedepan, dan diversifikasi konsentris melalui analisis SWOT kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang didapatkan dalam perusahaan. Kemudian penelitian ini mengkombinasikan dengan bauran pemasaran 4P yaitu Product, Price, Place, Promotion. Pengimplementasian strategi SWOT salah satunya bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk sehingga bisa bersaing dengan pesaing sejenis.[58]

[57] Bantara, *Panduan Untuk Memulai Bisnis Online - Cara Menjadi Sukses Dan Kaya* (Bagas Bantara, 2023), https://books.google.co.id/books?id=csapEAAAQBAJ.

[58] N. I. et al. Lailiyah, "Penggunaan Analisis Swot Sebagai Alat Strategi Pemasaran Umkm Produk Makanan," *Economics and Digital Business Review* 4, no. 2 (2023): 229–234, https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/718.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya terkait analisis strategi peningkatan kualitas produk pada usaha coklat choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam, dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi peningkatan kualitas produk yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen yang harus dilakukan usaha coklat choque yaitu :
   a. Strategi SO, Meningkatkan kualitas varian rasa produk agar konsumen puas dengan produk yang dihasilkan, Melakukan pelatihan kepada karyawan agar kualitas SDM terjaga, Manfaatkan sosial media untuk mengembangkan usaha bidang pemasaran.
   b. Strategi ST, Bekerja sama dengan pelaku bisnis online atau jasa ekspedisi, Pendekatan total quality manajemen (TQM), Melakukan riset ulang terhadap produk untuk meningkatkan masa ketahanan produk, Melakukan tinjauan untuk suplier bahan baku, untuk menghindari kerugian jika harga bahan baku dipemasok utama naik.
   c. Strategi WO, Meningkatkan kepercayaan untuk menambah ragam produk pada usaha choque, Mengembangkan alat produksi yang lebih canggih untuk mempermudah proses pembuatan coklat choque, Meningkatkan masa ketahanan produk agar bisa bersaing dengan kompetitor sejenis yang memiliki masa ketahanan produk lebih lama.
   d. Strategi WT, Memproduksi jumlah produk sesuai dengan permintaan, Mengoptimalkan fungsi tenaga kerja/karyawan untuk melakukan pelayanan dan promosi, Meningkatkan kreatifitas terhadap produk.

Dengan adanya strategi peningkatan kualitas produk diatas dapat mempermudah perusahaan untuk mencapai visi, misi perusahaannya dan dengan strategi ini dapat mempengaruhi daya beli konsumen.

2. Masa ketahanan produk pada usaha coklat choque pada awalnya hanya tujuh hari kemudian dengan berjalannya waktu coklat choque berusaha meningkatkan masa ketahanan produknya dengan melakukan penelitian ulang sehingga sekarang masa ketahanan coklat choque mencapai dua belas hari bisa lebih sesuai dengan tempat penyimpanan produk. Coklat choque akan tetap meningkatkan kualitas ketahanan produknya sehingga dapat bersaing dengan kompetitor sejenis yang memiliki kualitas ketahanan yang lebih lama.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis simpulkan diatas, maka adanya saran yang diberikan kepada pemilik usaha coklat choque, agar dapat mempertahankan kepercayaan konsumen dengan cara meningkatkan kualitas produk yang dimiliki, serta mengikuti pelatihan dan bimbingan terhadap karyawan coklat choque terkait strategi peningkatan kualitas produk. Memperbaharui alat produksi agar dapat memproduksi produk coklat choque lebih maksimal dan lebih proses produksi lebih cepat dari sebelumnya. Sehingga waktu yang digunakan dalam produksi menjadi sedikit dan bisa menambah produksi untuk meningkatkan permintaan pasar. Kemudian meningkatkan masa ketahanan produk agar dapat bertahan lama.

DAFTAR PUSTAKA

Alia, Lily, Arianis Chan, Cecep Safa'atul Barkah, and Pratami Wulan Tresna. "Analisis Persepsi Konsumen Dalam Menyusun Strategi Meningkatkan Kualitas Produk Di Cafe Feelter." *Ekonomi & Bisnis* 20, no. 1 (2021): 71–79.

Aprizal, Yan. "Wawancara." In *Varian Rasa*, 2023.

Aulyadipo, Lica. "Pengaruh Komjnikasi Dan Strategi Fasilitas Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Mestika Mandiri Medan." UNIVERSITAS DHARMAWANGSA, 2019.

Bantara, B. *Panduan Untuk Memulai Bisnis Online - Cara Menjadi Sukses Dan Kaya*. Bagas Bantara, 2023. https://books.google.co.id/books?id=csapEAAAQBAJ.

Brama Saputra Budiatmaja, T.A.V.A.S.R. *Leadership In Digital Transformation [Sumber Elektronis]*. . Penerbit KBM Indonesia, 2022. https://books.google.co.id/books?id=lzp_EAAAQBAJ.

Chaniago, Harmon, and Khare. "Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at Https://Ijabo.A3i.or.Id Analisis Kualitas Pelayanan." *Jurnal administration*, no. February (2021).

Dr. Azhari Akmal Tarigan, M A. *Al-Quran Dan Ilmu Kesehatan Masyarakat Perspektif Integratif*. Merdeka Kreasi Group, 2022. https://books.google.co.id/books?id=J292EAAAQBAJ.

Dr. Ika Yunia Fauzia, L.M.E.I. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Prenada Media, 2018. https://books.google.co.id/books?id=hF4CEAAAQBAJ.

Dr. Tamrin, S.P.M.P. *Katekin Biji Kakao (Antioksidan Untuk Pangan Fungsional Dan Penurunannya Dalam Proses Pengolahan)*. Deepublish, 2023. https://books.google.co.id/books?id=AdLKEAAAQBAJ.

Edi, Fandi Rosi Sarwo. *Teori Wawancara Psikodignostik*. Penerbit LeutikaPrio, 2016.

Fatimah, F N D. *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia. Anak Hebat Indonesia, 2016. https://books.google.co.id/books?id=CRL2DwAAQBAJ.

Firmansyah, M Anang, and Mochamad Mochklas. "Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya." *Jurnal Eksekutif* 15, no. 1 (2018): 281–295.

Handayani, L T. *Buku Ajar Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif (Penelitian Kesehatan)*. PT.Scifintech Andrew Wijaya, n.d.

https://books.google.co.id/books?id=OYCyEAAAQBAJ.

Hasanah, Hasyim. “Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial).” *At-Taqaddum* 8, no. 1 (2017): 21–46.

Hasibuan Malayu. “Managemen Sumber Daya Manusia.” *Managemen Sumber Daya Manusia* 4 (2014): 288.

Hisnul, Hisnul, Pompong Budi Setiadi, and Sri Rahayu. “Umkm Dimasa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Teknology Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo.” *Eqien - Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 1 (2022).

Iii, B A B, and A Pengertian Strategi. “Tahapan Manajemen Strategi” 22 (n.d.): 28–47.

Izza, Ainul, and Dini Retnowati. “Analisis Kualitas Produk.” *Jurnal Heuristik* 18, no. 2 (2021): 59–72.

Komoditi, Pasok, Odi Andanu, and Faqih Udin. “Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dalam Rantai Pasok Komoditi Pisang Di Provinsi Bengkulu.” *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 31, no. 2 (2021): 220–231.

Lailiyah, N. I. et al. “Penggunaan Analisis Swot Sebagai Alat Strategi Pemasaran Umkm Produk Makanan.” *Economics and Digital Business Review* 4, no. 2 (2023): 229–234. https://ojs.stieamkop.ac.id/index.php/ecotal/article/view/718.

Lukman, Mohammad, and Wahyu Wulandari. “Peningkatan Kualitas Produk Cokelat Dengan Integrasi Metode Kano Dan QFD.” *Jurnal Teknik Industri* 19, no. 2 (2018): 190–204.

Manik, Cornelia Durmaya. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan.” *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 3, no. 1 (2015): 40–56.

Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L Sepang, and Agus S Soegoto. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 6, no. 3 (2018).

Muchammad Saifuddin, Sayyidah Aliyah. “Home Industri Kerupuk Pedas Melalui Atribut Produk Dalam Perspektif Manajemen Mutu.” *Journal of Economics* 4, no. 1 (2019): 1–20.

Novitasari, Diah Ayu. “Analisis Kapabilitas Proses Untuk Pengendalian Kualitas Produk Pembatas Buku Industri Rumahan.” *Jurnal Ekbis* 14, no. 2 (2015).

Nurfitriani, M M. *Buku Ajar Bisnis Dan Manajemen*. Cendekia Publisher, 2021.

https://books.google.co.id/books?id=Yk2zEAAAQBAJ.

Nurholiq, Adita, Oyon Saryono, and Iwan Setiawan. “Analisis Pengendalian Kualitas (Quality Control) Dalam Meningkatkan Kualitas Produk.” *Jurnal Ekonologi* 6, no. 2 (2019): 393–399. https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/download/2983/2644.

Nuryani, Fajar Tri, Nurkesuma Nurkesuma, and Baruna Hadibrata. “Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)* 3, no. 4 (2022).

Prasastono, Ndaru, and Sri Yulianto Fajar Pradapa. “Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi.” *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisataan* 11, no. 2 (2012).

Prasetya, D A. *Teknik Analisis SWOT: Panduan Praktis Mengubah Tantangan Menjadi Peluang Untuk Strategi Bisnis Anda*. Anak Hebat Indonesia, 2023. https://books.google.co.id/books?id=GTrhEAAAQBAJ.

Rangkuti, F. *Personal SWOT Analysis*. Gramedia Pustaka Utama, 2015. https://books.google.co.id/books?id=TRhIDwAAQBAJ.

Salim, M A, A B Siswanto, and D M Wijayanti. *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. CV. Pilar Nusantara, 2019. https://books.google.co.id/books?id=ST8pEAAAQBAJ.

Sari, Anjar. “Penerapan E-Marketing Menggunakan Model Oohdm Dan Strategi Marketing 7P (Studi Kasus: Sudden Inc).” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi* 3, no. 4 (2022): 80–85.

SEGATI, AHDA. “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan.” *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 3, no. 2 (2018): 159.

Setiawan, Heri, Maria Magdalena Minarsih, and Azis Fathoni. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan).” *Journal Of Management* 2, no. 2 (2016).

Soehardi, Soehardi. “Model Peningkatan Volume Penjualan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Kopi Golda.” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 4, no. 2 (2021): 353–360.

Supriyadi, Supriyadi, Wahyu Wiyani, and Ginanjar Indra Kusuma Nugraha. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 4, no. 1 (2017): 74–85.

Syeron, Iroth Vivi. “Perumusan Strategi Dengan Menerapkan Analisis Kanvas Strategi, Kerangka Kerja Empat Langkah, Kerangka Kerja Enam Jalan, Dan Visualisasi Strategi Pada Jasa Persewaan Alat Outdoor.” *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure* (2019): 9–18.

Triastuti, Ni Ketut Titi, A.A.P. Agung Suyawan Wiranatha, and Luh Putu Wrasiati. “Strategi Peningkatan Kualitas Produk Body Scrub Pt Bali Tangi Dengan Metode Quality Function Deployment.” *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri* 6, no. 4 (2018): 365.

Yuarini, Dewa Ayu Anom, I Ketut Satriawan, and I Dewa Putu Oka Suardi. “Strategi Peningkatan Kualitas Produk Sayuran Segar Organik Pada CV. Golden Leaf Farm Bali.” *Jurnal Manajemen Agribisnis* 3, no. 2 (2015): 93–109.

Zaimuddin. “Makna Tabayyun Dalam Perpspektif Tafsir Al-Misbah (Kajian Surah Al-Hujurat Ayat 6).” *At-Tahfizh* 1, no. 02 (2020).

LAMPIRAN

Dokumentasi



Tempat Produksi Choque



Proses Pembuatan



Proses Pencetakan



Penghargaan UMKM Favorit



Proses Pengemasan coklat



Produk Coklat Choque



Jenis Varian Rasa Coklat Choque



Wawancara Dengan Pemilik Usaha Choque



Proses Wawancara Dengan Pemilik

PEDOMAN WAWANCARA

Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam

1. Kapan usaha coklat choque didirikan?
2. Bagaimana proses produksi coklat choque sehingga bisa menghasilkan produk yang berkualitas?
3. Upaya atau strategi seperti apa yang dilakukan coklat choque dalam meningkatkan kualitas produk agar dapat mempertahankan kualitas produknya?
4. Berapa lama ketahanan produk coklat yang dihasilkan?
5. Dengan maraknya produk coklat kemasan yang memiliki ketahanan masa kadaluarsa yang lebih lama bagaimana upaya coklat choque dalam meningkatkan kualitas ketahanan produknya?

Analisis SWOT

A. Strenght (Kekuatan)

   Apa yang menjadi potensi/kekuatan yang dimiliki usaha coklat choque

   a. Apa alasan pelanggan membeli produk coklat choque?
   b. Fakta apa saja yang disukai pelanggan terhadap produk coklat choque?
   c. Apa yang menyebabkan SDM choque lebih baik dibandingkan pesaing?
   d. Sebutkan kelebihan produk choque dibandingkan pesaing?

B. Weaknesses (Kelemahan)

   Apa kekurangan yang dimiliki usaha coklat choque?

   a. Faktor apa yang menghambat perusahaan dalam meraih target yang telah ditentukan?
   b. Bidang apa yang perlu ditingkatkan performanya agar dapat mencapai target?

c. Apa yang dialami coklat choque dalam bidang teknologi untuk produksi?
d. Bagaimana mengatasi masa ketahanan produk yang sangat terjangkau?

C. Opportunity (Peluang)

Keuntungan/peluang seperti apa yang didapat coklat choque?

a. Coklat varian apa yang sangat disukai pelanggan, sehingga dapat meningkatkan penjualan?
b. Apa yang membuat coklat choque berada diposisi yang baik sehingga memiliki prospek dimasa mendatang?
c. Apakah ada kompetitor yang menjual produk sejenis didaerah sekitar Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam ini?
d. Bagaimana upaya coklat choque dalam memanfaatkan media sosial?

D. Treath (Ancaman)

Apa yang menjadi ancaman pada usaha coklat choque?

a. Bagaimana upaya coklat choque dalam menghadapi kompetitor yang menjual produk sejenis?
b. Apa upaya coklat choque dalam menangani penurunan minat konsumen terhadap produk choque?
c. Bagaimana coklat choque dapat meningkatkan masa ketahanan produk seperti coklat kemasan lainnya?
d. Apakah ada kenaikan biaya terkait bahan baku yang digunakan?

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 341.10/Un.26.3/PP.00.9/09/2023

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Windi Hardianti** NIM. **3720150** tanggal 26 September 2023.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam"**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Dr. H. Asyari, S.Ag, M.Si**
NIP	:	197403251999031003
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina Utama Muda/ IV/c/ Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Mikro Syariah
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 26 September 2023

DESI EKA PUTERI

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-4014/Un.26.3/TL.00/12/2023 21 Desember 2023
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Usaha Coklat Choque
Nagari Koto Tuo Kec. IV Koto
Kab. Agam

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Windi Hardianti**
NIM	: 3720150
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi	: ***"Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo Kec. IV Koto Kabupaten Agam"***
Lokasi Penelitian	: Usaha Coklat Choque Nagari Koto Tuo Kec. IV Koto Kab. Agam
Waktu	: 01 Desember 2023 s.d 01 Januari 2024

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Dekan

Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si
NIP. 197409082006042002

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yan Aprizal

Jabatan : Pemilik Usaha Coklat Choque

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Windi Hardianti

Nim : 3720150

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Telah selesai melakukan Penelitian/Observasi/Riset pada usaha Coklat Choque di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam dengan Judul Penelitian "Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Produk Pada Usaha Coklat Choque Di Koto Tuo IV Koto Kabupaten Agam".

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Koto Tuo, 27 Januari 2024

Pemilik Usaha Coklat Choque

Yan Aprizal

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA DIRI

Nama	: Windi Hardianti
NIM	: 3720150
Tempat/Tanggal Lahir	: Translok 13 Maret 2002
Anak dari	: Alm Penrizal dan Siti Aisyah.
Anak ke	: 4 (empat) dari 5 bersaudara
Alamat	: Translok Jorong Ujung Labung Timur Nagari Tiku Limo Jorong, Kec. Tanjung Mutiara. Sumatera Barat
Email	: windihardianti00@gmail.com

B. PENDIDIKAN

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 31 Ujung Labung Tahun 2008-2014
2. Madrasah Tsanawiyah Swasta (MTsS) PPM Diniyyah Pasia Tahun 2014-2016
3. Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 5 Agam Tahun 2016-2017
4. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Tanjung Mutiara Tahun 2017-2020

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Bukittinggi
   (Jabatan: Anggota Minat dan Bakat) Tahun 2021
2. Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Bukittinggi
   (Jabatan: Koordinator Keagamaan) Tahun 2022
3. Organisasi Pramuka Racana UIN Bukittinggi
   (Jabatan: Anggota)