



LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner Penelitian Faktor Internal dan Eksternal**KUESIONER RESPONDEN**

Dengan Hormat,

Saya mahasiswi jurusan sosial ekonomi pertanian, Universitas Brawijaya, Malang memohon ketersediaan Ibu/Bapak untuk mengisi kuesioner berikut ini. Kuesioner ini akan digunakan sebagai bahan penelitian saya mengenai strategi pengembangan usaha produk kacang mete (*Anacardium occidentale* L.) (studi pada UKM Rumah Camilan Syafrida Surabaya, Jawa Timur)

Besar harapan saya agar Ibu/Bapak dapat memberikan jawaban yang sebenarnya. Atas kerjasama yang diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Riri Aryanti



I. IDENTITAS RESPONDEN

NO	KETERANGAN	IDENTITAS	KODE
1.	Nama Pemilik		IR 1
2.	Jenis Kelamin	a. Laki-laki b. Perempuan	IR 2
3.	Umur	Tahun	IR 3
4.	Alamat		IR 4
5.	Pendidikan terakhir		IR 5
6.	Nama Usaha		IR 6
7.	Tahun Berdiri Usaha		IR 7
8.	Lama jadi Pengusaha		IR 8
9.	Status Kepemilikan Usaha		IR 9
10.	Jenis Produk		IR 10
11.	No. Handphone		IR 11

II. Faktor Internal dan Faktor Eksternal UKM Rumah Camilan Syafrida

NO	PERTANYAAN	KODE
1	<p>Bagaimana visi dan misi yang Ibu gunakan dalam penetapan tujuan usaha yang Ibu jalankan dalam usaha selama ini?</p> <p>Visi:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>Misi:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	FIM 1
2.	<p>Berapa jumlah tenaga kerja di Rumah Camilan Syafrida ?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	FIM 2
3.	<p>Bagaimana struktur tugas untuk masing-masing pekerja dan bagaimana gambaran struktur organisasi pada UKM Ibu?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	FIM 3
4.	<p>Bagaimana cara Ibu memotivasi diri sendiri dan karyawan untuk mencapai tujuan atau sasaran dalam usaha yang Ibu jalankan saat ini?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	FIM 4
5.	<p>Bagaimana tingkat pendidikan tenaga kerja di Rumah Camilan Syafrida?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	FIM 5
6.	<p>Bagaimana keterampilan yang dimiliki tenaga kerja di Rumah Camilan Syafrida?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	FIM 6
7.	<p>Bagaimana Ibu melakukan proses perekrutan tenaga kerja?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	FIM 7
8.	<p>Bagaimana Ibu melakukan pembagian tenaga kerja ?</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	FIM 8
9.	<p>Bagaimana status tenaga kerja (tetap/sementara) di Rumah Camilan Syafrida ?</p>	FIM 9

	
10.	Bagaimana sistem pembagian jam dan hari kerja di Rumah Camilan Syafrida?	FIM 10
11.	Apakah ibu, selaku pemilik Rumah Camilan Syafrida melibatkan tenaga kerja dalam proses pengambilan keputusan? Mengapa demikian?	FIM 11
12.	Bagaimana sistem pemberian upah tenaga kerja di Rumah Camilan Syafrida?	FIM 12
13.	Bagaimana Rumah Camilan Syafrida memberikan fasilitas terhadap tenaga kerja?	FIM 13
14.	Adakah kesulitan Ibu dalam mengatur tenaga kerja dan bagaimana cara Ibu mengatasinya?	FIM 14
15.	Apa saja bahan-bahan yang digunakan dalam memproduksi kacang mente? Bagaimana proses produksi dalam pembuatan produk camilan kacang mente yang memiliki kualitas ekspor?	FIPO 1
16.	Adakah kesulitan dalam kegiatan produksi kacang mente di Rumah Camilan Syafrida? Kesulitan apa saja yang Ibu hadapi dan bagaimana cara menanganinya?	FIPO 2
17.	Dari mana Ibu memperoleh bahan baku produksi (kacang mente) ?	FIPO 3
18.	Apakah Ibu kesulitan dalam meperoleh bahan baku? Jika iya bagaimana cara Ibu mengatasi kesulitan tersebut?	FIPO 4

	
19.	Apakah Ibu pernah berhenti melakukan produksi karena kesulitan dalam memperoleh bahan baku?	FIPO 5
20.	Berapa kapasitas produksi dalam satu kali proses produksi produk kacang mente?	FIPO 6
21.	Menurut Ibu apa saja kekurangan dan kelebihan lokasi produksi?	FIPO 7
22.	Bagaimana Ibu mengatasi limbah hasil kegiatan produksi?	FIPO 8
23.	Kapan produk mulai siap dipasarkan setelah proses produksi ?	FIP 1
24.	Apakah produk yang diproduksi langsung dipasarkan semua atau sebagian di simpan di dalam gudang? Mengapa demikian?	FIP 2
25.	Strategi pemasaran apa saja yang dilakukan Rumah Camilan Syafrida?	FIP 3
26.	Apakah pasar yang Ibu bidik sudah tersegmentasi secara efektif ?	FIP 4
27.	Transportasi apa yang digunakan Rumah Camilan Syafrida dalam melakukan pemasaran?	FIP 5
28.	Bagaimana rantai pemasaran produk camilan (kacang mente)?	FIP 6
29.	Berapa harga produk kacang mente ditingkat rantai pemasaran?	FIP 7

	
30.	Apakah pangsa pasar usaha yang dijalankan saat ini meningkat? Jika iya, bagaimana cara Ibu memperluas jangkauan pemasaran?	FIP 8
31.	Daerah mana saja yang digunakan Ibu dalam memasarkan produk?	FIP 9
32.	Promosi apa saja yang dilakukan Ibu dalam memasarkan produk?	FIP 10
32.	Adakah kesulitan yang dihadapi dalam kegiatan promosi ? Jika iya, bagaimana cara Ibu mengatasinya?	FIP 11
33.	Media apa saja yang digunakan Ibu dalam melakukan promosi?	FIP 12
34.	Menurut Ibu apakah promosi merupakan hal penting dalam kegiatan pemasaran?	FIP 13
35.	Apakah yang membedakan produk kacang mente yang Ibu produksi dengan produk pesaing lainnya?	FIP 14
36.	Bagaimana kemasan yang Ibu gunakan ? apakah sudah dapat menarik perhatian konsumen?	FIP 15
37.	Apakah terdapat perbedaan harga antara produk kacang mente? Mengapa demikian?	FIP 16
38.	Apakah terdapat potongan harga atau pemberian bonus kepada konsumen jika melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak?	FIP 17



	
39.	Berapa jumlah minimal pembelian produk yang ditetapkan agar konsumen mendapatkan potongan harga?	FIP 18
40.	Apakah Rumah Camilan Syafrida memiliki distributor dalam memasarkan produk?	FIP 19
41.	Bagaimana sistem pembukuan (manajemen keuangan) pada Rumah Camilan Syafrida?	FIK 1
42.	Apakah dalam menjalankan usaha Ibu saat ini memiliki modal kerja yang mencukupi?	FIK 2
43.	Apakah UKM Ibu yang dijalankan saat ini memperoleh kemudahan dalam akses permodalan melalui bank?	FIK 3
44.	Bagaimana cara Ibu mendapatkan modal dalam usaha produksi kacang mente?	FIK 4
45.	Bagaimana cara Ibu mengatasi perubahan harga bahan baku jika terjadi kenaikan harga bahan baku?	FEE 1
46.	Bagaimana demografi konsumen produk kacang mente yang diproduksi oleh Rumah Camilan Syafrida?	FES 1
47.	Sejauh mana sifat konsumen terhadap produk kacang mente yang diproduksi oleh Rumah Camilan Syafrida?	FES 2

	
48.	Menurut Ibu apakah faktor sosial seperti gaya hidup, sikap, dan keyakinan yang berpengaruh terhadap permintaan produk kacang mente?	FES 3
49.	Bagaimana loyalitas pelanggan terhadap produk kacang mente?	FES 4
50.	Teknologi apa saja yang digunakan Rumah Camilan Syafrida dalam kegiatan produksi (peralatan)? Adakah kesulitan dalam penerapan teknologi?	FET 1
51.	Teknologi apa saja yang digunakan Rumah Camilan Syafrida dalam kegiatan pemasaran ? Adakah kesulitan dalam penerapan teknologi?	FET 2
52.	Apakah dampak positif yang ditimbulkan dalam setiap aplikasi teknologi dalam kegiatan produksi dan pemasaran?	FET 3
53.	Adakah peran pemerintah dalam pelaksanaan usaha ini?	FEP 1
54.	Apa saja kebijakan pemerintah dalam mendukung usaha ini? Kapan kegiatan tersebut dilakukan?	FEP 2
55.	Pernahkah Ibu mendapatkan bantuan dari pemerintah untuk menjalankan usaha?	FEP 3
56.	Menurut Ibu daerah mana saja yang menjadi pesaing Rumah Camilan Syafrida ?	FEPI 1
57.	Menurut Ibu bagaimana posisi Rumah Camilan Syafrida dibandingkan	FEPI 2

	dengan pesaing?	
58.	Menurut Ibu apakah pesaing mengganggu keberadaan usaha?	FEPI 3
59.	Apakah kelebihan produk kacang mente Rumah Camilan Syafrida dibandingkan dengan produk pesaing?	FEPI 4
60.	Strategi apa yang digunakan Ibu dalam menghadapi persaingan usaha?	FEPI 5
61.	Bagaimana pengaruh dari banyaknya merek produk camilan di dalam segmen yang sama dari dalam negeri?	FEPI 6
62.	Bagaimana pengaruh pendatang baru (ukm) yang memproduksi kacang mente terhadap Rumah Camilan Syafrida?	FEPB 1
63.	Apakah pengaruh dari banyaknya UKM di kota Surabaya terhadap produk kacang mente?	FEPB 2
64.	Apakah Ibu memiliki pemasok bahan baku dan berapa jumlahnya?	FEPS 1
65.	Apa yang menjadi alasan Ibu dalam bekerjasama dengan pemasok tersebut? Alasannya orangnya dapat dipercaya, jujur, dan mentenya bagus.	FEPS 2
66.	Apakah pemasok tersebut telah mampu memenuhi permintaan produk camilan (kacang mente) ?	FEPS 3

	
67.	Bagaimana kualitas barang bahan baku yang diberikan pemasok ke perusahaan?	FEPS 4
68.	Bagaimana ketepatan waktu pengiriman bahan baku ke perusahaan?	FEPS 5
69.	Bagaimana tata cara pembayaran bahan baku dengan pemasok ? terutama dalam kekuatan tawar perusahaan	FEPS 6
70.	Bagaimana kondisi kerjasama Rumah Camilan Syafrida dengan pihak supermarket?	FEPM1
71.	Apa saja syarat produk kacang mente yang dapat masuk ke supermarket?	FEPM 2
72.	Bagaimana posisi tawar perusahaan terhadap supermarket?	FEPM 3
73.	Bagaimana kendala yang dihadapi Rumah Camilan Syafrida dalam bekerjasama dengan supermarket?	FEPM 4
74.	Apakah terdapat produk pengganti bagi produk camilan kacang mente?	FEPP 1
75.	Bagaimana pengaruh perubahan selera konsumen didalam industri makanan?	FEPP 2
76.	Bagaimana pengaruh konsumen yang membuat produk camilan sendiri terhadap bisnis perusahaan?	FEPP 3

III. Strategi UKM Rumah Camilan Syafrida dalam Menghadapi MEA

1.	Apakah Ibu mengetahui mengenai Masyarakat Ekonomi Asean ? Iya. Mudahnya barang dalam maupun luar negeri tanpa pajak.	FEM 1
2.	Bagaimana persiapan Rumah Camilan Syafrida dalam menghadapi MEA 2016?	FEM 2
3.	Bagaimana peran pemerintah terhadap UKM dalam menghadapi MEA 2016?	FEM 3
4.	Apa saja peluang dan tantangan Rumah Camilan Syafrida dalam menghadapi MEA 2016?	FEM 4

Keterangan :

- FIM : Faktor Internal Manajemen
- FIPO : Faktor Internal Produksi dan Operasi
- FIP : Faktor Internal Pemasaran
- FIK : Faktor Internal Keuangan
- FEE : Faktor Eksternal Ekonomi
- FES : Faktor Eksternal Sosial
- FET : Faktor Eksternal Teknologi
- FEP : Faktor Eksternal Pemerintah
- FEPI : Faktor Eksternal Pesaing
- FEPB : Faktor Eksternal Pendetang Baru
- FEPS : Faktor Eksternal Pemasok
- FEPM : Faktor Eksternal Pembeli
- FEPP : Faktor Eksternal Produk Pengganti
- FEM : Faktor Eksternal Masyarakat Ekonomi Asea

Lampiran 2. Kuesioner Penentuan Bobot Faktor Internal dan Faktor Eksternal

I. IDENTITAS RESPONDEN

NO	KETERANGAN	IDENTITAS	KODE
1.	Nama Responden		IR 1
2.	Jenis Kelamin	c. Laki-laki d. Perempuan	IR 2
3.	Umur	Tahun	IR 3
4.	Jabatan		IR 4
5.	No. Handphone		IR 5

II. TUJUAN

Mendapatkan penilaian responden terhadap tingkat kepentingan faktor-faktor strategis internal dan eksternal dalam mengembangkan usaha berdasarkan penilaian pendapat dari responden melalui kuesioner. Tingkat kepentingan yang dimaksud adalah berupa pemberian bobot-bobot terhadap faktor-faktor strategi untuk melihat seberapa besar faktor-faktor tersebut menentukan tingkat keberhasilan untuk strategi bersaing Rumah Camilan Syafrida.

III. PETUNJUK UMUM

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi masing-masing responden
3. Dalam pengisian kuesioner, responden diharapkan untuk melakukannya secara sekaligus untuk menghindari inkonsistensi jawaban
4. Seluruh definisi yang digunakan dalam kuesioner bersifat mutlak, karena merupakan rangkuman dari jawaban responden.

IV. PETUNJUK KHUSUS

Alternatif pemberian bobot terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternal yang tersedia untuk kuesioner ini adalah dengan memberikan nilai 1, 2, atau 3 yang paling sesuai menurut responden dengan cara sebagai berikut:

- 1 = jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal
- 2 = jika indikator horizontal sama penting daripada indikator vertikal
- 3 = jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal.

1. Faktor Penentu Strategis Internal

Kode	Faktor Penentu
Kekuatan	
A1	Harga produk terjangkau dibandingkan dengan harga pesaing
B1	Bahan baku tersedia
C1	Teknologi (mesin) yang digunakan pada proses produksi <i>modern</i>
D1	Lokasi produksi strategis
E1	Tenaga kerja cukup terampil, berpengalaman, mempunyai loyalitas, dan motivasi tinggi.
F1	Tersedianya sarana transportasi untuk menunjang pemasaran
G1	Memiliki pelanggan tetap
H1	Sudah memiliki pembukuan keuangan
Kelemahan	
I1	<i>Layout</i> lokasi produksi kurang memadai
J1	Kurangnya variasi rasa dan variasi kemasan
K1	Desain kemasan kurang menarik
L1	Bahan baku relatif mahal
M1	Kurangnya jumlah tenaga kerja
N1	Pemanfaatan website dan media sosial masih kurang
O1	Intensitas promosi masih kurang
P1	Terbatasnya modal untuk kegiatan produksi

2. Faktor Penentu Strategis Eksternal

Kode	Faktor Penentu
Peluang	
A2	Pemerintah daerah Provinsi Jawa Timur mendorong perkembangan UKM dalam menghadapi MEA 2016
B2	Dinas Koperasi dan UMKM memiliki program dalam peningkatan UMKM dan SDM UMKM dalam menghadapi MEA 2016
C2	Terbukanya pasar luar negeri dalam memasarkan produk
D2	Meningkatnya jumlah populasi penduduk
E2	Perkembangan teknologi dalam kegiatan produksi dan pemasaran
F2	Kepastian pasokan bahan baku dari petani
Ancaman	
G2	Masyarakat membiasakan pola hidup sehat
H2	Adanya pesaing atau UKM yang memproduksi kacang mete
I2	Sistem penjualan dengan pelanggan menggunakan sistem konsinyasi.
J2	Adanya produk substitusi kacang mete
K2	Bertambahnya jumlah pesaing baik perusahaan besar maupun kecil
L2	Produk kacang mete impor

3. Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal

Kode	A1	B1	C1	D1	E1	F1	G1	H1	I1	J1	K1	L1	M1	N1	O1	P1	Total	Bobot	Rating	Skor
A1	■																			
B1		■																		
C1			■																	
D1				■																
E1					■															
F1						■														
G1							■													
H1								■												
I1									■											
J1										■										
K1											■									
L1												■								
M1													■							
N1														■						
O1															■					
P1																■				
Total																				

4. Penilaian Bobot Faktor Strategis Eksternal

Kode	A2	B2	C2	D2	E2	F2	G2	H2	I2	J2	K2	L2	Total	Bobot	Rating	Skor
A2	■															
B2		■														
C2			■													
D2				■												
E2					■											
F2						■										
G2							■									
H2								■								
I2									■							
J2										■						
K2											■					
L2												■				
Total																

Lampiran 3. Kuesioner Penentuan Tingkat (*Rating*) Faktor Internal dan Eksternal

I. TUJUAN

Untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel dari faktor internal dan eksternal terhadap kondisi Rumah Camilan Syafrida dalam mengembangkan usahanya, digunakan skala 1, 2, 3, dan 4 yang menandakan seberapa efektif strategi Rumah Camilan Syafrida saat ini.

II. PETUNJUK UMUM

1. Faktor strategi internal
 - a. Penilaian diberikan dengan cara menilai faktor-faktor strategis yang terdapat pada tabel dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama.
 - b. Penilaian:
 - 1 = Kelemahan utama
 - 2 = Kelemahan kecil
 - 3 = Kekuatan kecil
 - 4 = Kekuatan utama
2. Faktor strategi eksternal
 - a. Penilaian faktor peluang;
 - 1 = rendah, responden kurang
 - 2 = sedang, responden sama dengan rata-rata
 - 3 = tinggi, responden di atas rata-rata
 - 4 = sangat tinggi, respon superior
 - b. Penilaian faktor ancaman;
 - 1 = ancaman sangat tinggi
 - 2 = tinggi, ancaman diatas rata-rata
 - 3 = sedang, ancaman sama dengan rata-rata
 - 4 = ancaman rendah

Penentuan Rating Faktor Internal

Kode	Faktor Penentu Internal	1	2	3	4
Kekuatan					
A1	Harga produk terjangkau dibandingkan dengan harga pesaing				
B1	Bahan baku tersedia				
C1	Teknologi (mesin) yang digunakan pada proses produksi <i>modern</i>				
D1	Lokasi produksi strategis				
E1	Tenaga kerja cukup terampil, berpengalaman, mempunyai loyalitas, dan motivasi tinggi.				
F1	Tersedianya sarana transportasi untuk menunjang pemasaran				
G1	Memiliki pelanggan tetap				
H1	Sudah memiliki pembukuan keuangan				
Kelemahan					
I1	<i>Layout</i> lokasi produksi kurang memadai				
J1	Kurangnya variasi rasa dan variasi kemasan				
K1	Desain kemasan kurang menarik				
L1	Bahan baku relatif mahal				
M1	Kurangnya jumlah tenaga kerja				
N1	Penggunaan website dan media sosial masih kurang				
O1	Intensitas promosi masih kurang				
P1	Terbatasnya modal untuk kegiatan produksi				

Penentuan Rating Faktor Eksternal

Kode	Faktor Penentu Eksternal	1	2	3	4
Peluang					
A2	Pemerintah daerah Provinsi Jawa Timur mendorong perkembangan UKM dalam menghadapi MEA 2016				
B2	Dinas Koperasi dan UMKM memiliki program dalam peningkatan UMKM dan SDM UMKM dalam menghadapi MEA 2016				
C2	Terbukanya pasar luar negeri dalam memasarkan produk				
D2	Meningkatnya jumlah populasi penduduk				
E2	Perkembangan teknologi dalam kegiatan produksi dan pemasaran				
F2	Kepastian pasokan bahan baku dari petani				
Ancaman					
G2	Masyarakat membiasakan pola hidup sehat				
H2	Adanya pesaing atau UKM yang memproduksi kacang mete				
I2	Sistem penjualan dengan pelanggan menggunakan sistem konsinyasi.				
J2	Adanya produk substitusi kacang mete				
K2	Bertambahnya jumlah pesaing baik perusahaan besar maupun kecil				
L2	Produk kacang mete impor				

Lampiran 4. Kuesioner Penentuan Prioritas Strategi

I. TUJUAN

Mendapatkan penilaian para responden tentang tingkat daya tarik faktor-faktor kunci terhadap alternatif-alternatif strategi yang ada, yang selanjutnya akan digunakan untuk menentukan strategi alternatif mana yang terbaik dan menjadi prioritas dalam pelaksanaannya.

II. PETUNJUK PENILAIAN

1. Pemberian nilai pada faktor-faktor kunci dengan mengajukan pertanyaan terlebih dahulu, "Apakah faktor ini mempengaruhi strategi pilihan dalam pelaksanaannya (strategi 1,2,3,.....dst)? dan seberapa pengaruhnya?"
2. Alternatif penilaian:
 - 1 = tidak menarik
 - 2 = agak menarik
 - 3 = cukup menarik
 - 4 = amat menarik
3. Alternatif strategi pilihan yang akan diberikan penilaian:
 - 1 = Meningkatkan kapasitas produksi
 - 2 = Penetrasi pasar dengan cara memperluas daerah pemasaran dan peningkatan promosi penjualan
 - 3 = Pengembangan pasar dengan cara membuka jaringan pelanggan baru
 - 4 = Penetrasi pasar dengan cara peningkatan promosi penjualan
 - 5 = Penambahan modal untuk kegiatan produksi
 - 6 = Melakukan inovasi produk kacang mete
 - 7 = Meningkatkan sinergisme dan kemitraan dengan pihak lain
 - 8 = Membuat jadwal sistem pembayaran hasil penjualan kepada setiap pelanggan
 - 9 = Meningkatkan penggunaan *website* dan media sosial untuk memasarkan produk

G2	Masyarakat membiasakan pola hidup sehat									
H2	Adanya pesaing atau UKM yang memproduksi kacang mete									
I2	Sistem penjualan dengan pelanggan menggunakan sistem konsinyasi.									
J2	Adanya produk substitusi kacang mete									
K2	Bertambahnya jumlah pesaing baik perusahaan besar maupun kecil									
L2	Produk kacang mete impor									

Lampiran 5. Hasil Perhitungan Bobot dan Rating

A. Hasil Perhitungan Bobot Faktor Strategi Internal dan Eksternal

Faktor Internal Rumah Camilan Syafrida

Kode	A1	B1	C1	D1	E1	F1	G1	H1	I1	J1	K1	L1	M1	N1	O1	P1	Total	Bobot	Rating	Skor
A1		2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	25	0.052	4	0.209
B1	2		2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	3	27	0.056	3	0.169
C1	3	2		3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	34	0.071	3	0.213
D1	3	2	1		1	2	1	2	2	2	3	1	1	2	2	2	27	0.056	4	0.225
E1	3	3	2	3		2	2	2	3	3	3	3	2	1	2	2	36	0.073	3	0.219
F1	3	2	2	2	2		2	2	2	3	3	3	1	1	3	3	34	0.071	3	0.213
G1	2	2	2	3	2	2		2	3	3	3	2	1	2	2	2	33	0.069	3	0.207
H1	3	3	2	2	2	2	2		2	3	3	2	1	2	2	2	33	0.069	3	0.207
I1	2	2	2	2	1	2	1	2		2	3	2	1	2	2	3	29	0.061	2	0.121
J1	2	2	1	2	1	1	1	1	2		2	2	1	2	2	3	25	0.052	2	0.104
K1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2		2	1	2	2	2	23	0.048	1	0.048
L1	2	2	1	3	1	1	2	2	2	2	2		1	1	2	2	26	0.054	1	0.054
M1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3		2	2	2	40	0.084	2	0.167
N1	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2		2	2	34	0.071	2	0.142
O1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2		2	29	0.060	1	0.060
P1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2		25	0.052	1	0.052
Total																	480	1.000		

Faktor Eksternal Rumah Camilan Syafrida

Kode	A2	B2	C2	D2	E2	F2	G2	H2	I2	J2	K2	L2	Total	Bobot	Rating	Skor
A2		2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	27	0.103	4	0.411
B2	2		2	2	2	3	1	2	1	3	3	3	24	0.091	4	0.365
C2	1	2		1	2	2	1	2	1	2	2	2	18	0.068	4	0.274
D2	2	2	3		3	3	2	3	1	3	3	3	28	0.106	3	0.319
E2	2	2	2	1		2	1	3	2	2	2	2	21	0.080	3	0.240
F2	2	1	2	1	2		2	3	2	2	2	3	22	0.084	3	0.251
G2	2	3	3	2	3	2		3	2	3	3	3	29	0.110	3	0.331
H2	1	2	2	1	1	1	1		1	2	2	2	16	0.061	2	0.122
I2	2	3	3	3	2	2	2	3		3	3	3	29	0.110	3	0.331
J2	1	1	2	1	2	2	1	1	1		2	2	16	0.061	2	0.122
K2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2		2	17	0.065	2	0.129
L2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2		16	0.061	1	0.061
Total													263	1.000		

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian

Gambar 12. Kegiatan Produksi Kacang Mete pada Rumah Camilan Syafrida

No. Proses Produksi Kacang Mete pada Rumah Camilan Syafrida

1.



Pengupasan Kulit Ari



Peracikan Bumbu

2.



Pencampuran Mete dengan Bumbu dengan Mesin Molen



Penggorengan Kacang Mete dengan Mesin Penggorengan

Lanjutan Gambar 12. Kegiatan Produksi Kacang Mete pada Rumah Camilan Syafrida

3.



Penirisan Minyak dengan *Spinner*



Pendinginan Kacang Mete

4.



Pengemasan Kacang Mete



Tampah Aluminium

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 13. Produk Rumah Camilan Syafrida

No.	Produk Rumah Camilan Syafrida
-----	-------------------------------

1.



Gudang Penyimpanan Produk



Produk Kacang Mete

2.



Produk Kacang Mete



Kemasan Produk Kacang Mete

Lanjutan Gambar 13. Kegiatan Produksi Kacang Mete pada Rumah Camilan Syafrida

3.



Produk Rumah Camilan Syafrida

4.



Produk Rumah Camilan Syafrida

Sumber: Data Primer, 2016