**Data Hasil Wawancara dengan Bapak Suparno selaku pemilik UMKM Kerupuk Udang Tiga Jaya**

Penjualan kerupuk udang memiliki bulan/ musim tertentu yang daya belinya menurun yaitu di bulan puasa dan musim hujan. Dan mengalami penurunan omzet jika bahan baku menurun maka harga jual kerupuk ikut menurun. Tetapi untungnya UMKM TIGA JAYA sudah memiliki pelanggan/konsumen yang banyak dimulai dari merintis teman ke teman, mengandalkan konsumen dengan cara menjaga sillaturrahmi dengan baik, dan menjaga kualitas mutu produk adalah upaya agar UMKM TIGA JAYA tetap mempertahankan konsumennya.

Peneliti : Sejak kapan berdirinya UMKM TIGA JAYA ?

Bapak Suparno : sejak tahun 2002

Peneliti : Jumlah pendapatan per tahun dari tahun 2020 ?

Bapak Suparno : Pendapatan Omzet UMKM TIGA JAYA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tahun** | **Omzet** | **Berat Produksi Kerupuk** |
| 2020 | Rp. 120.000.000 | 4 Kuintal |
| 2021 | Rp. 180.000.000 | 5 Kuintal |
| 2023 | Rp. 180.000.000 | 5 Kuintal |
| 2024 | Rp. 360.000.000 | 8 Kuintal |

Peneliti : Faktor apa saja yang membuat perusahaan tetap berdiri hingga saat ini ?

Bapak Suparno : memahami keinginan konsumen, inovasi produk, mempelajari kompetitor dengan baik, beradaptasi Terhadap Perubahan Dan Perkembangan.

Peneliti : kelemahan apa yang bapak hadapi dalam menjalankan UMKM kerupuk udang ?

Bapak Suparno : bahan pokok produksi harus memiliki kualitas yang bermutudan memiliki ciri khas rasa tetapi harga bahan pokok yang tidak menentu kadang mengalami kenaikan harga, saat bulan puasa mengalami penurunan omzet, kurang memiliki lahan yang luas untuk melakukan produksi kerupuk.

Peneliti : peluang apa saja yang dapat bapak ambil untuk melanjutkan kelangsungan perusahaan ?

Bapak Suparno : meningkatkan produksi lagi menjadi lebih baik misalnya meng-upgrade mesin produksi, ingin mecoba memiliki varian/produk baru, menciptakan logo kerupuk yang lebih menarik perhatian konsumen, dan melakukan strategi promosi secara optimal.

Peneliti : tantangan apa saja yang bapak suparno hadapi dalam menjalankan bisnis UMKM ini ?

Bapak Suparno : Daya saing penjualan yang semakin meningkat, konsisten terhadap kualitas dan mutu rasa khas UMKM TIGA JAYA, terkadang program promosi digital tidak berjalan sehingga UMKM masih ingin terus belajar dalam promosi digital.