

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK TAHU
GEMILANG SIDOMULYO KECAMATAN SEBERIDA
KABUPATEN INDRAGIRI HULU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Skripsi
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau

**ASYARI MA'RUF
NPM : 157210314**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
PEKANBARU
2021**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Asyari Ma'ruf
NPM : 157210314
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu
Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten
Indragiri Hulu

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang ujian konferehensif.

Pekanbaru, 07 Juni 2021

Turut Menyetujui,
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Ketua,

Pembimbing

Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M.Si

Indra Safri, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Asyari Ma'ruf
 NPM : 157210314
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
 Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu
 Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten
 Indragiri Hulu

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana.

Pekanbaru, 02 September 2021

Ketua, Sekretaris,

Indra Safri, S.Sos., M.Si

Ema Fitri Lubis, S.Sos., M.Si

Anggota

Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si

Mengetahui
 Wakil Dekan I

Indra Safri, S.Sos., M.Si



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Asyari Ma'ruf
 NPM : 157210314
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
 Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu
 Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten
 Indragiri Hulu

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administrasi dan akademis, oleh karena itu dapat disyahkan sebagai sebuah karya ilmiah.

Pekanbaru, 02 September 2021

An. Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Indra Safri, S.Sos., M.Si

Ema Fitri Lubis, S.Sos., M.Si

Turut Menyetujui:

Wakil Dekan I,

Program Studi
 Administrasi Bisnis
 Ketua,

Indra Safri, S.Sos., M.Si

Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Swt, karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu” Untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.

Penyusunan skripsi ini, penulis tidak lupa dari kesulitan dan hambatan. Namun, bantuan dan bimbingan yang teramat besar artinya bagi penulis dari berbagai pihak, akhirnya kesulitan dan hambatan itu dapat diatasi. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus dan ikhlas menyampaikan rasa terima kasih yang se dalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latief, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
3. Bapak Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau
4. Bapak Indra Safri, S.Sos., M.Si sekaligus selaku dosen pembimbing yang tak henti-hentinya memberikan motivasi sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan pada waktunya.

5. Bapak/Ibu dosen pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang telah memfasilitasi serta memberikan ilmu pengetahuan.
6. Pemilik dan karyawan Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yang telah bersedia memberikan data awal dan meluangkan waktunya untuk pengumpulan data penyusunan skripsi ini.
7. Kepada Ayahanda dan Ibunda, serta Kakak tersayang dan saudara-saudaraku, terima kasih atas do'a dan semangat yang telah diberikan kepada penulis, serta teman-teman seperjuangan.

Akhir kata hanya ucapan terima kasih yang bisa diberikan oleh penulis. Semoga usulan penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah cakrawala pemikiran bagi para pembaca terutama bagi penulis sendiri.

Pekanbaru, 07 Juni 2021

Penulis,

Ttd

Asyari Ma'ruf
NPM: 157210314

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
BERITA ACARA UJIAN KONFEREHENSIF SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	9
A. Studi Kepustakaan.....	9
1. Konsep Administrasi.....	9
2. Konsep Organisasi.....	10
3. Konsep Manajemen.....	12
4. Pemasaran.....	14
5. Manajemen Pemasaran.....	16
6. Manajemen Keuangan.....	17
7. Bauran Pemasaran.....	18
8. Industri.....	22
9. Pengembangan Usaha.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pikir.....	27
D. Konsep Operasional.....	28
E. Operasional Variabel.....	30
BAB III : METODE PENELITIAN	32
A. Tipe Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Informan Penelitian.....	32
D. Teknik Penetapan Informan.....	33
E. Jenis dan Sumber Data.....	33

F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Teknik Analisis Data	35
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	36
A. Sejarah Singkat Usaha	36
B. Struktur Organisasi	37
C. Fungsi dan Tugas Organisasi	37
D. Aktivitas Industri	38
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Identitas Informan	40
B. Hasil Penelitian	41
1. Aspek Permodalan	41
2. Aspek Produksi	44
3. Aspek Daerah Pemasaran	50
4. Aspek Sumber Daya Manusia	56
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha	61
1. Faktor Pendukung	61
2. Faktor Penghambat	62
BAB VI : PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran-saran	63
DAFTAR KEPUSTAKAAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Nama Usaha Kerupuk Tahu di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.....	3
I.2 Jenis Kemasan dan Harga Kerupuk Tahu Gemilang	4
I.3 Hasil Produksi Kerupuk Tahu Gemilang Per Tahun.....	5
II.1 Penelitian Terdahulu	25
II.2 Operasional Variabel Penelitian Tentang Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu	30
III.1 Jumlah Informan Penelitian	33
V.1 Identitas Informan	40
V.2 Aspek Pengembangan Usaha.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
I.1	Kerupuk Tahu Produksi Gemilang Sidomulyo.....	6
II.1	Kerangka Pikir Tentang Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.....	28
IV.1	Struktur Organsiasi Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo .	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Lembar Wawancara
2. Tanggapan Wawancara
3. Dokumentasi Penelitian
4. Surat Keterangan Pembimbing
5. Surat Keterangan Penelitian/Riset
6. Surat Keterangan Lulus Plagiasi



SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian konferehensif skripsi yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asyari Ma'ruf
NPM : 157210314
Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian konferehensif skripsi ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa, naskah skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah;
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas;
3. Bahwa, apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti secara syah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 07 Juni 2021
Pelaku Pernyataan,

Asyari Ma'ruf
NPM : 157210314

ABSTRAK**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK TAHU GEMILANG
SIDOMULYO KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI
HULU**

Oleh:

Asyari Ma'ruf
NPM: 157210314

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk pengembangan usaha yang dilakukan usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo dalam meningkatkan produksi penjualan. Kemudian untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo dalam meningkatkan produksi penjualan. Tipe penelitian survey deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif, informasi diperoleh langsung dari pemilik usaha dan karyawan kerupuk tahu gemilang. Jenis dan sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder, kemudian dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dikelompokkan dan kemudian hubungan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan masalah pengembangan yang ada pada usaha Kerupuk Tahu Gemilang. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pengembangan usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo telah terpenuhi dari aspek modal, aspek produksi, aspek pemasaran, dan aspek sumber daya manusia. Dengan terpenuhinya seluruh aspek yang ada, maka dapat dikatakan bahwa untuk masa mendatang usaha kerupuk tahu ini bisa terus dikembangkan dan menjadi semakin besar. Ditemukan beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha kerupuk tahu gemilang yakni: Aspek pendukung telah terpenuhinya modal, bahan baku yang mudah diperoleh, tenaga kerja yang terampil, telah menggunakan merek dagang, dan jangkauan pemasaran yang luas. Aspek Penghambat, manajemen pembukuan yang belum tertata dengan rapi dan masih menggunakan peralatan yang tradisional.

Kata Kunci: Modal, Produksi, Pemasaran, Sumber Daya Manusia

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE BUSINESS DEVELOPMENT OF KNOW GEMILANG
CRACKERS, SIDOMULYO, SEBERIDA DISTRICT, INDRAGIRI HULU
REGENCY

By:

Asyari Ma'ruf
NPM: 157210314

This study aims to determine the form of business development carried out by the Gemilang Sidomulyo Tofu Crackers business in increasing sales production. Then to find out the supporting and inhibiting factors for developing the Gemilang Sidomulyo Tofu Cracker business in increasing sales production. This type of research is a descriptive survey using qualitative methods, information is obtained directly from business owners and employees of Tofu Gemilang crackers. The types and sources of data used are primary data and secondary data, then data collection is carried out through observation, interviews, and documentation. The data collected are grouped and then related to the theories used in research related to development problems that exist in the Gemilang Tofu Cracker business. The results of this study concluded that the business development of Gemilang Sidomulyo tofu crackers has been fulfilled from the capital aspect, production aspect, marketing aspect, and human resource aspect. With the fulfillment of all existing aspects, it can be said that for the future this tofu cracker business can continue to be developed and become bigger. Several supporting factors and inhibiting factors for the development of the tofu crackers business were found, namely: The supporting aspects were the fulfillment of capital, easily obtained raw materials, skilled labor, using trademarks, and a wide marketing reach. The inhibiting aspect is bookkeeping management that has not been neatly organized and still uses traditional equipment.

Keywords: Capital, Production, Marketing, Human Resources

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan perekonomian nasional sangat berpengaruh penting terhadap sektor industri yang berkembang, karena sektor industri dapat memberikan sumbangan mencapai 20 persen bagi perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari berbagai sektor industri, baik dari industri berskala besar, menengah hingga yang berskala kecil. Dalam pengembangan industri tersebut, Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang sebagian penduduknya adalah mayoritas petani. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa banyak usaha produktif di luar usaha pertanian, baik itu mata pencaharian utama maupun sampingan.

Salah satu ciri perkembangan ekonomi dari suatu negara dapat dilihat dari sektor industrinya, terlebih industri kecil yang memiliki peranan dalam mendorong pembangunan di daerah, khususnya di pedesaan. (sumber; pipsaptlas, 2015/09). Dalam pelaksanaannya pemerintah memberikan ruang gerak pada usaha kecil, yaitu memberikan proporsional dan sekaligus memberdayakannya. Hal ini disebabkan pengalaman pemerintah pada masa lalu, yakni sektor *reel* yang dikuasai oleh perusahaan konglomerasi yang tidak didukung oleh kinerja yang baik dan akibatnya bangkrut karena krisis yang terjadi. Namun usaha kecil dan menengah yang jumlahnya sangat banyak mampu bertahan dalam situasi krisis tersebut. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa ketahanan perekonomian nasional Indonesia sesungguhnya berada pada usaha kecil menengah yang secara massal merupakan skala ekonomi kerakyatan. Oleh sebab itu industri kecil dan menengah

harus memiliki strategi agar produk yang dihasilkan lebih baik, berkualitas, untuk dapat melakukan inovasi dan memperluas jaringan pemasaran.

Keadaan dunia usaha dewasa ini mengalami kemajuan dan perkembangan yang sangat pesat dalam segala bidang usaha industri, seperti semakin banyak usaha-usaha industri yang didirikan. Baik industri besar maupun industri kecil salah satunya industri kerupuk, sehingga menimbulkan persaingan di antara para pelaku industri. Dengan demikian untuk menghadapi persaingan dan tantangan yang semakin ketat tersebut industri yang menghasilkan barang dan jasa harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat, maka akan mampu menghadapi persaingan dalam menjalankan usahanya dengan tercapainya target yang diinginkan, serta tercapainya kelangsungan hidup dan perkembangan usaha.

Pengembangan usaha dalam merintis usaha merupakan pekerjaan yang mudah dan dapat dilakukan oleh siapapun, yang penting adalah keyakinan dan nilai yang kuat untuk berusaha. Namun kemauan untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup. Karena kemampuan, keberanian dan kesempatan merupakan elemen lain yang harus diperkuat untuk menjadi wirausaha. Dalam hal ini seperti industri Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo.

Industri Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo merupakan sebuah industri rumah tangga yang berada di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau, yang memproduksi kerupuk tahu. Kemudian kerupuk tahu tersebut di produksi sebagai industri rumah tangga yang diberi nama Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang Sidomulyo. Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo berdiri pada tahun 2014, yang dipelopori oleh bapak Suyoto. Usaha bapak Suyoto

ini merupakan home industri yang bergerak di bidang pengolahan kerupuk tahu.

Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo dalam menjalankan usahanya tidak hanya sendiri, terdapat beberapa pesaing dengan jenis usaha yang sama di Kecamatan Seberida. Adapun nama-nama usaha sejenis sebagai pesaing dalam usaha kerupuk tahu sebagai berikut:

Tabel I.1 : Nama Usaha Kerupuk Tahu di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu

No	Nama Usaha	Alamat
1	Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulya	Desa Buluh Rampai
2	Usaha Kerupuk Tahu Dua Putri	Desa Buluh Rampai
3	Usaha Kerupuk Truka Jaya	Desa Buluh Rampai

Sumber: Olahan Lapangan, 2020

Berdasarkan data di atas dari pengamatan lapangan di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu minimal terdapat 3 jenis usaha yang sama yakni kerupuk tahu. Namun dari ketiga usaha ini, hanya Usaha Kerupuk Tahu Gemilang yang memang memfokuskan pada pembuatan kerupuk tahu. Sementara 2 usaha lainnya menjalankan usaha dengan memproduksi kerupuk tahu dan kerupuk tempe. Dengan demikian jelaslah alasan dari penelitian ini untuk melaksanakan kegiatan penelitian pada Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo, dikarenakan usaha ini fokus pada satu jenis produk saja.

Dalam pengembangan usaha Kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo, pada awalnya bapak Suyoto membuka usahanya dengan modal seadanya yang berkembang hingga sekarang. Awalnya bapak Suyoto tidak memiliki karyawan karena penghasilan hanya cukup untuk produksi lagi. Produksi Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo mengalami kesulitan dalam memasarkannya. Bapak Suyoto

membuat sekaligus memasarkannya ke warung-warung terdekat. Hal ini terjadi kurang lebih sekitar 2 tahun. Pada tahun 2016 kerupuk tahu Gemilang mulai dikenal dan hasil penjualan mengalami peningkatan. Kemudian bapak Suyoto memiliki karyawan 2 orang. Selanjutnya di tahun 2018 hingga sekarang pekerja pada Produksi Kerupuk Tahu Gemilang ini sudah berjumlah 20 orang.

Dalam proses produksi Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo, menggunakan sistem kerja yang dibagi sesuai kemampuannya, dari mulai pengukusan, pengirisan, penjemuran dan penggorengan. Semuanya diawasi langsung oleh bapak Suyoto dan istrinya. Namun dalam hal membuat adonan dan meracik bumbu untuk kerupuk bapak Suyoto dan istrinya mengerjakan sendiri dengan alasan agar kualitas rasa tetap terjaga. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan produk yang dibuat beserta hasil produksi Kerupuk Tahu “Gemilang” bapak Suyoto.

Tabel 1.2: Jenis Kemasan dan Harga Kerupuk Tahu Gemilang

No	Jenis Kemasan Kerupuk	Harga per Bungkus	
		Pembeli	Pengecer
1	Kemasan Kecil	10.000	8.000
2	Kemasan Besar	20.000	18000

Sumber: Data Olahan Penulis, 2020

Dari data di atas dijelaskan bahwa Kerupuk Tahu Gemilang membuat 2 jenis kemasan. Kemasan kecil dijual pada konsumen pembeli yang dikonsumsi sendiri dengan harga 10.000, dan untuk konsumen pengecer/ warung menjual dengan harga 8.000 dengan isi 23 bungkus. Sedangkan untuk kemasan besar harga 20.000 untuk pembeli rumahan/yang dikonsumsi sendiri dan 18.000 untuk pengecer.

Tabel 1.3: Hasil Produksi Kerupuk Tahu Gemilang Per Tahun

Tahun	Jenis Produksi	Biaya Produksi	Jumlah Pekerja	Tempat pemasaran	Hasil Produksi
2017	Kerupuk tahu bungkus kecil dan besar	32.000.000	4	Warung kec Seberida dan Rengat, Kec Batang Cinaku	55.000.000
2018	Kerupuk tahu bungkus kecil dan besar	105.000.000	20	Seberida, Batang gangsal, batang Cinako, Rengat, Lirik, Rengat barat,	198.000.000
2019	Kerupuk tahu bungkus kecil dan besar	135.000.000	20	Seberida, Batang gangsal, batang Cinako, Rengat, Lirik, Rengat barat, Ukui, Pangkalan Kuras	250.000.000

Sumber: Bapak Suyoto Pemilik Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu, Kamis/19-03-2020/13:00 wib.

Dari data di atas dapat kita lihat biaya produksi dan pendapatan dari hasil produksi kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu mengalami peningkatan yang sangat baik dalam 3 tahun terakhir. Berawal pada tahun 2017, usaha kerupuk tahu Gemilang mengalami kenaikan hasil produksi sebesar 7.000.000, dengan hasil sebanyak 55.000.000, serta dengan tambahan anggota pekerja sebanyak 4 orang. Selanjutnya tahun 2018 kembali kerupuk tahu Gemilang melonjak penghasilan

produksi yang diedarkan pada Kecamatan Seberida, Rengat, Rengat Barat, Batang Gangsal, Batang Cenaku, dan otomatis karena banyaknya peminat pekerja menjadi 20 orang, dengan tugas 4 orang sebagai pengukus dan pemotong, 2 orang penjemur, 2 orang penggoreng dan 12 orang pembungkus. Hasil keuntungan produksi di tahun 2018 sebesar 198.000.000. kemudian di tahun 2019 ternyata peminat tidak hanya dari Kabupaten Indragiri Hulu tetapi kerupuk tahu Gemilang juga banyak diminati oleh warga Kabupaten Pelalawan, kerupuk tahu Gemilang juga di edarkan di Kecamatan Ukui dan Pangkalan Kuras. Dengan mencapai penghasilan yang sangat fantastis sebesar 150.000.000.

Gambar I.1 Kerupuk Tahu Produksi Gemilang Sidomulyo



Kebijakan usaha kerupuk tahu Gemilang dalam menentukan pemasaran berjalan baik dan benar, hal ini supaya kerupuk tahu Gemilang agar bisa sampai

ke tangan konsumen dengan harga yang terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dalam menentukan peningkatan produksi yang dimiliki usaha Tahu Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu tersebut membuat usaha kerupuk tahu Gemilang berkembang sangat baik. Masih banyak usaha kerupuk yang belum berkembang seperti usaha kerupuk bapak Suyoto meskipun mereka sudah berdiri sejak lama. Kini usaha kerupuk di Kecamatan Seberida sepenuhnya dikuasai oleh bapak Suyoto.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk pengembangan usaha yang dilakukan usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo dalam meningkatkan produksi penjualan?
2. Faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pengembangan usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo dalam meningkatkan produksi penjualan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bentuk pengembangan usaha yang dilakukan usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo dalam meningkatkan produksi

penjualan.

- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pengembangan usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo dalam meningkatkan produksi penjualan.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan secara teoritis

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran, khususnya bagi almamater dan dunia ilmu administrasi tentang pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi penjualan.

- b. Kegunaan secara praktis

- 1) Bagi perusahaan agar dapat memberikan solusi terhadap permasalahan yang timbul dalam menjalankan bisnisnya, terutama yang berhubungan dengan pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi penjualan Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo.
- 2) Bagi penulis, agar dapat lebih memahami dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah penulis terima, khususnya dalam mata kuliah.

- c. Kegunaan secara akademis

Diharapkan adalah bahwa hasil dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan Ilmu Administrasi, dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian tentang analisis pengembangan usaha dalam meningkatkan produksi penjualan.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

Ilmu administrasi sering kali dikaitkan dengan kerjasama, maka terlihat jelas bahwa orang yang terlibat atau melakukan kerjasama dengan orang lain maka orang tersebut berhubungan dengan administrasi dan akan mengalami beberapa masalah yang terdapat pada administrasi.

1. Konsep Administrasi

Beard (dalam Siagian, 1992:6) seorang sejarawan politik pada tahun 1937 pernah mengatakan bahwa, tidak ada suatu hal untuk abad modern sekarang yang lebih penting dari “*Administrasi*”. Kata “*Administrasi*” berasal dari bahasa latin yaitu “*ad-ministrare*” yaitu artinya “suatu pertolongan atau pemberi jasa”. Administrasi merupakan bagian dari ilmu sosial yang mempelajari interaksi antara manusia dengan manusia lainnya dalam melakukan kerjasama (*coperative*) melalui sarana dan sumberdaya yang terbatas.

Administrasi dalam arti luas yaitu kegiatan kerja sama yang dilaksanakan oleh sekelompok orang berdasarkan dalam pembagian kerja sebagaimana ditentukan dalam struktur dengan mendayagunakan sumber-sumber untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Menurut Gie (2008:42) administrasi adalah segenap rangkaian penetapan terhadap pekerjaan pokok yang dilaksanakan oleh sekelompok orang dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Begitu juga menurut Dwight Waldo Administrasi adalah bentuk daya upaya manusia yang kooperatif, yang

mempunyai tingkat rasionalitas yang tinggi (Mulyono, 2008:44).

Unsur-unsur administrasi yang di kemukakan oleh Siagian (Mulyono, 2008:46) adalah :

- a. Manusia (dua orang atau lebih)
- b. Tujuan yang akan di capai
- c. Kerjasama
- d. Kegiatan yang akan dilakukan
- e. Peralatan atau perlengkapan

Dari pengertian pakar di atas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah suatu bentuk kerja sama dua orang atau lebih yang dilakukan dalam suatu organisasi dalam usaha untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Konsep Organisasi

Konsep organisasi (*organization*) nampaknya merupakan titik sentral dari maksud dan tujuan aplikasinya setiap aspek studi administrasi. Keberadaan setiap studi aspek itu dimaksudkan untuk memberikan dukungan kepada manajerial dan operasional.

Dalam pelaksanaan administrasi, organisasi merupakan tempat di mana administrasi dijalankan sesuai fungsi dan tugasnya. Administrasi merupakan suatu proses yang melaksanakan setiap bentuk kegiatan atau aktivitas organisasi. Tujuan administrasi di dalam organisasi yang mampu bekerja dan menjalankan tugasnya sesuai tugas dan fungsinya.

Organisasi adalah proses untuk merancang struktur mengelompokkan dan mengatur serta membagi tugas di antara anggota untuk mencapai tujuan. Dua

aspek organisasi yaitu dipermentasi dan pembagian kerja yang merupakan dasar pengorganisasian.

Menurut Schein (2002:78), organisasi merupakan sebuah keorganisasian sebuah suatu kegiatan manusia yang telah direncanakan untuk mencapai maksud dan tujuan tertentu bersama melalui pembagian tugas dan fungsi serta melalui serangkaian wewenang dan tanggung jawab.

Gibson (1997:17) menjelaskan bahwa pengertian organisasi merupakan suatu kesatuan yang memungkinkan masyarakat mencapai tujuan yang tidak dapat dicapai melalui tindakan individu secara terpisah.

Siagian (2015:6) mendefinisikan organisasi sebagai setiap bentuk persekutuan dua orang atau lebih yang bekerjasama serta secara formal terikat dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan terdapat seseorang yang disebut atasan atau sekelompok orang yang disebut bawahan.

Adapun pengertian organisasi ditinjau dari dua segi pandang, yaitu sebagai berikut:

- a. Organisasi sebagai wadah di mana kegiatan-kegiatan administrasi dijalankan
- b. Organisasi sebagai rangkaian hierarki dan interaksi antara orang-orang dalam suatu ikatan formal/suatu struktur organisasi menetap cara tugas pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan di koordinasi secara formal.

Menurut Robins (2002:132-140). Ada enam unsur dalam merancang organisasi, yaitu :

- 1) Spesialis kerja, yaitu suatu tingkat di mana tugas dalam organisasi dibagi

menjadi pekerjaan-pekerjaan terpisah.

- 2) Rantai komando, yaitu garis tidak putus dari wewenang yang terentang dari puncak organisasi ke eselon terbawah dan memperjelas siapa melapor kepada siapa.
- 3) Rantai kendali, yaitu jumlah bawahan yang dapat diarahkan secara efisien dan efektif oleh seseorang manajer.
- 4) Aformalisasi, yaitu suatu tingkat yang terhadapnya pekerjaan-pekerjaan dalam organisasi itu dilakukan.

Dapat disimpulkan dari berbagai pengertian di atas organisasi adalah suatu alat atau wadah guna mencapai organisasi, di mana di dalamnya terdapat sekelompok orang yang bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

3. Konsep Manajemen

Lahirnya konsep manajemen merupakan suatu ilmu yang menggerakkan suatu organisasi, baik organisasi publik maupun organisasi pribadi, kata mengetahui manajemen dapat diartikan sebagai seorang pemimpin menggerakkan bawahannya begitu juga bawahan harus mengerti atau paham dengan apa yang telah diperintahkan oleh pimpinannya. Manajemen berasal dari perkataan *manage to man*. Kata *manage* berarti mengatur atau mengelola, sedangkan kata *man* “manusia”. Kalau kedua kata digabungkan manajemen berarti “mengelola atau mengatur manusia”.

- a. Pengertian manajemen menurut Hasibuan: manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses dan pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu

tujuan (Karyanto, 2016;2).

- b. Pengertian manajemen menurut Siagian : manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh hasil dalam rangka mencapai tujuan melalui kegiatan orang lain (Mulyono, 2008:18)
- c. Pengertian manajemen menurut Terry manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, pengalihan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumber lainnya (Effendi, 2015:3)

Berdasarkan pengertian manajemen tersebut, berkesimpulan bahwa manajemen adalah proses penyelenggaraan berbagai kegiatan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang dilakukan secara kompleks namun teratur.

Sarana manajemen atau alat manajemen untuk mencapai tujuan menurut Manulang (2001;5) adalah:

a. *Man*

Yaitu tenaga kerja manusia, baik pemimpin ataupun tenaga kerja operasional untuk pelaksanaan. Berbagai macam aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan aktivitas itu dapat ditinjau dari sumber proses seperti, *planing, organizing, staffing, directing*, maupun *controlling*.

b. *Money*

Yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk melakukan berbagai aktivitas diperlukan uang atau upah sebagai gaji orang- orang yang membuat rencana, mengadakan, pengawasan,

proses produksi, membeli bahan-bahan peralatan lainnya.

c. Materials

Yaitu bahan-bahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Karena dianggap sebagai alat sarana manajemen untuk mencapai tujuan.

d. Machins

Yaitu mesin-mesin atau alat-alat yang diperlukan

e. Metode

Yaitu cara yang digunakan dalam usaha dalam mencapai tujuan, oleh karena itu metode atau cara dianggap pula sebagai sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.

f. Market

Yaitu pasar yang digunakan untuk menjual barang atau jasa yang dihasilkan. Tanpa adanya pasar untuk hasil produksi, jelas tujuan perusahaan industri tidak mungkin akan tercapai.

4. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan analisis, perencanaan, penawaran produk/jasa, dan pengendalian program-program yang di formulasikan dengan hati-hati untuk menghasilkan pertukaran nilai-nilai secara sukarela dengan target pasar yang dimaksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Kotler dalam Anoraga (2011;184) “Sebuah proses yang merencanakan dan melaksanakan konsep, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran yang sudah di tetapkan baik menurut program dan organisasi”

Menurut Kotler (1999:8) mengemukakan bahwa definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut AMA (*American Marketing Association*) tahun 1985 dalam Alma (2016:3) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang, jasa, ide dan dapat memuaskan pelanggan dan perusahaan.

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan bisnis yang saling berhubungan, yang ditunjukkan untuk merancang, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang kepada kelompok produksi. Jadi tugas pemasaran adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam mencapai tujuan organisasi.

Kotler (2008:5-8) manajemen pemasaran (*marketing manajemen*) sebagai seni dan ilmu memilih sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut Kertajaya dalam Alma (2016:2) pemasaran adalah menghubungkan penjual dengan pembeli potensial. Pemasaran adalah menjual barang, dan barang tersebut tidak kembali ke orang yang menjual. Pemasaran adalah memberi standar kehidupan

Pada dasarnya orang beranggapan bahwa manajemen pemasaran adalah

upaya pencairan pelanggan dalam jumlah besar untuk menjual produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan memiliki tingkat permintaan atas produk, mungkin permintaan cukup, permintaan tidak teratur atau lebih banyak permintaan.

5. Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya, para penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada konsumen. Keterlibatan semua pihak, dari manajemen hingga karyawan non manajerial.

Lupiyoadi (2001:6) Menyatakan perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah yang memberikan konsumen produk jasa baik yang berwujud atau tidak seperti transportasi hiburan, restoran, dan pendidikan. Jasa adalah suatu proses atau aktivitas-aktivitas itu tidak berwujud meskipun para pakar memiliki perbedaan dalam mendefinisikan jasa.

Karakteristik utama jasa berdasarkan paradigma IHIP terdiri atas *intangibility*, *heterogeneity*, *inseparability*, dan *perishability*. Ke empat karakteristik ini berdampak strategi pada sejumlah masalah utama (Zeithaml, Parasuraman, 1985):

- a. Masalah-masalah berkaitan dengan karakteristik *intangibility*
 - 1) Jasa tidak dapat dilindungi
 - 2) Jasa tidak bisa di simpan
 - 3) Organisasi jasa tidak dapat dengan mudah menunjukkan atau mengomunikasikan suatu jasa

4) Harga jasa tukar ditetapkan

b. Masalah-masalah berkaitan dengan karakteristik *inseparability*

1) Aktivitas pemasaran produk jasa sangat interaktif

2) Produksi masa yang terpusat sangat wajar dilakukan dalam jasa

3) Konsumen terlibat dalam produk jasa

c. Masalah berkaitan dengan karakteristik *variability*

1) Sangat sulit melakukan standarisasi dan pengendalian jasa

d. Masalah berhubungan dengan karakteristik *perishability*

1) Jasa tidak dapat disimpan

6. Manajemen Keuangan

JF Bradley dalam Sutrisno (2010:3) mendefinisikan manajemen keuangan adalah bidang manajemen bisnis yang ditunjuk untuk penggunaan modal secara bijaksana dan seleksi yang sama dari sumber modal untuk memungkinkan unit pengeluaran untuk bergerak ke arah mencapai tujuannya.

Sementara itu menurut Brigham dalam Sutrisno (2010:3) manajemen keuangan adalah seni (*art*) dan ilmu (*science*), untuk *manage* uang, meliputi proses institusi/lembaga, pasar, dan instrumen yang terlibat dengan masalah transfer uang dengan antara individu, bisnis, dan pemerintah.

Secara umum kita ketahui bahwa ruang lingkup manajemen keuangan sangat luas untuk dipelajari. Namun dalam praktiknya kita mengenal bahwa bidang keuangan dalam kajian keuangan dibagi menjadi dua macam yaitu:

- a. *Managerial finance*, merupakan kegiatan yang berhubungan dengan tugas-tugas manajer yang aktif dalam mengelola keuangan perusahaan

- b. *Financial service*, keuangan yang berhubungan dengan pembuatan disain dan konsultasi produk

Dua bidang keuangan tersebut dalam prakteknya selalu sejalan searah dan saling mendukung, saling berkaitan, saling ketergantungan satu sama lainnya.

7. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan bagian dari aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli produk jasa yang ditawarkan.

Menurut Anoraga (2004:202) Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran dapat di klarifikasikan menjadi 4P (*product, price, place, promotion*).

Bauran pemasaran pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan bauran pemasaran pada produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik jasa dan barang mencakup 4P : *product, price, place, dan promotion*. Sedangkan untuk jasa ke empat hal tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para ahli pemasaran menambahkan tiga unsur lagi : *people, process, dan costomer service*. Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa di mana produk/operasi konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan dan mengikut sertakan konsumen dan pembeli jasa secara langsung, dan kata lain, terjadi interaksi langsung antara keduanya (meski tidak untuk semua jenis jasa).

- a. *Price* (harga)

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang dapat

menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata hanya tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja melalui pertimbangan-pertimbangan berbagai hal. “murah” dan “mahal” harga suatu produk sangat relatif sifatnya (Anoraga, 2004;221).

b. *Place* (distribusi)

Distribusi merupakan alat pemasaran lainnya termasuk kegiatan yang dilakukan perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Menurut Anoraga (2011;221) distribusi merupakan masalah yang akan dihadapi perusahaan pada saat produk selesai di proses.

Menurut Anoraga (2011;193) Distribusi merupakan masalah lain yang akan dihadapi perusahaan pada saat produk selesai di proses. Menyangkut cara penyampaian produk ke konsumen. Manajemen pemasaran mempunyai peranan penting dalam mengevaluasi penampilan para penyalur. Bila perusahaan merencanakan suatu pasar tertentu, yang pertama kali dipikirkan adalah siapa yang akan ditunjuk sebagai penyalur di sana, atau berapa banyak yang akan bersedia untuk menjadi penyalur di daerah itu.

c. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah suatu bagian dari bauran pemasaran yang besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan (Anoraga, 2004;222)

d. *Product* (Produk)

Menurut Kotler dan Keller (2007;4) Produk adalah sesuatu yang dapat

ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, tempat, orang, properti, organisasi, informasi dan ide. Jadi produk ini bukan hanya berbentuk suatu yang berwujud saja, tapi juga sesuatu yang tidak terwujud seperti pelayanan jasa yang diperuntukkan bagi kepuasan kebutuhan konsumen. Di dalam produk ada tingkat hierarki dan klasifikasi produk.

1) Merek

Merupakan nama, istilah, lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasikan produk terhadap pesaing. Merek yang baik juga merupakan jaminan tambahan berupa jaminan kualitas.

2) Kemasan

Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan atau pembuatan wadah atau pembungkusan suatu produk.

3) Pemberian label

Label berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari pengemasan, atau bisa pula merupakan etikel (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk.

4) Layanan pelengkap

Produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa dan pelayanan, baik untuk jasa sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkap. Produk inti sangat bervariasi antara tipe bisnis yang satu dengan yang

lainnya.

5) Jaminan (garansi)

Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, di mana para konsumen akan diberi ganti rugi apabila produk tidak berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau di janjikan.

Untuk menentukan kualitas produk, menurut Kotler (2010;361) kualitas produk dapat di masukan ke dalam sembilan dimensi, yaitu :

1) Bentuk (*form*)

Produk dapat dibedakan jelas dengan lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.

2) Ciri-ciri produk (*features*)

Perlengkapan yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

3) Kinerja (*performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan dalam membeli produk tersebut.

4) Ketepatan/kesesuaian (*conformance*)

Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

5) Ketahanan (*durability*)

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut di gunakan

6) Keandalan (*reliability*)

Suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam

periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu

7) Kemudahan perbaikan (*repairability*)

Berkaitan dengan kemudahan atas produk jika rusak

8) Gaya (*style*)

Penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk

9) Desain (*design*)

Seluruh keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara produk sudah layak diperjuangkan sesuai harapan dari pelanggan.

8. Industri

Industri merupakan usaha untuk memproduksi barang jadi dari bahan baku atau mentah dengan proses penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga satuan serendah mungkin namun dengan mutu yang tinggi.

Menurut Siahaan (2000;362), penggolongan industri berdasarkan besarnya investasi dibagi sebagai berikut :

a. Industri Berat

Industri hulu yang menghasilkan barang jadi atau bahan baku untuk industri hilir. Jenis usaha industri berat adalah:

1) Industri pertambangan

2) Industri logam dan pengolahan logam

3) Industri peralatan dan mesin

4) Industri pengangkutan

5) Industri semen

6) Industri tenaga listrik

b. Industri Ringan

Industri ringan adalah suatu unit produksi yang menghasilkan barang konsumsi seperti tekstil, bahan makanan, obat-obatan, barang keperluan rumah tangga dan sejenisnya.

c. Industri Kerajinan Rakyat

Industri kerajinan rakyat adalah unit produksi yang tidak menggunakan mesin.

Industri kerajinan rakyat dibagi menjadi tiga tingkatan :

1) Kerajinan Sambilan, Ciri-ciri :

a) Tidak terkait waktu dan orang lain

b) Mengandung unsur seni

c) Tidak merupakan usaha sebagai mata pencairan pokok

2) Kerajinan Rumah

a) Dikerjakan dengan bantuan keluarga

b) Merupakan usaha sebagai mata pencarian pokok

3) Perusahaan Kerajinan

a) Perusahaan dikerjakan sebagai mata pencarian pokok

b) Mempekerjakan karyawan di luar anggota keluarga

9. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007;66). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan yang dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah dan besar.

Kegiatan bisnis dapat dilakukan dengan pengembangan usaha, membangun kerjasama dengan membeli usaha orang lain atau yang dikenal dengan *franchising*. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan beberapa aspek bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

a. Aspek Permodalan

Sebagian besar permodalan bersumber dari milik sendiri sehingga umumnya perusahaan kecil tidak berpengaruh dengan adanya nilai kenaikan Dollar dan adanya kenaikan suku bunga bank.

b. Aspek Produksi

- 1) Bahan baku
- 2) Tenaga kerja
- 3) Alat produksi

c. Aspek Pemasaran

Secara umum perusahaan belum menggunakan usaha promosi sederhana untuk memproses, umumnya mesin yang berumur tua yang berkurangnya sumberdaya yang memadai.

d. Aspek Sumberdaya Manusia

Kecenderungan perusahaan memiliki percaya diri tanpa memerlukan bantuan orang lain usahanya dapat berjalan terus, terdapat upaya untuk memperbaiki kondisi perusahaan secara seksama, sehingga reputasi perusahaan sangat tergantung pada kemampuan yang dimiliki, sebenarnya terdapat inisiatif untuk memajukan perusahaan, hanya karena terbatas pengetahuannya, maka seringkali dilakukan sebenarnya sudah dilakukan dengan pihak lain.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan sumber referensi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel II.1: Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Hasil	Perbedaan
1	2	3	4	5
1.	Siti Maemonah	Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur pemasaran pada industri kecil gula aren masih pendek. Pengrajin tidak pernah melakukan promosi dan permodalan yang dimiliki industri kecil gula aren berasal dari pengrajin sendiri belum ada bantuan dari pemerintah	Metode penelitian menggunakan metode kualitatif, sementara penulis menggunakan metode kualitatif

1	2	3	4	5
2.	Kamarudin	Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Sentra Pandai Besi Amanah Di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentra pandai besi amanah belum mengalami pengembangan, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang menjadi penghambat di antaranya adalah sumber modal sentra pandai besi amanah masih menggunakan modal dari kelompok masing-masing yang membeli bahan baku	Objek penelitian berbeda, penulis memilih pengembangan usaha pada usaha kerupuk tahu gemilang desa sidomulyo
3.	Mila Fdilah Utami (2008)	Studi Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Di Kabupaten Rembang (Studi Kasus Di Kecamatan Pamotan, Kabupaten Rembang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri gula merah di daerah tersebut tidak mengalami kendala persediaan bahan baku, selain itu industri gula merah tebu di Kecamatan Pamotan di dukung dengan persediaan tenaga kerja serta sarana dan prasarana lainnya	Objek Penelitian Usaha Gula Merah Tebu di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang, sementara Penulis Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Di Desa Sidomulyo
4.	Winda Verawati Sijabat	Analisis Kinerja Pelayanan Koperasi Kepada Anggota Dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi yang diterima oleh anggota KUD usaha	Metode yang digunakan adalah metode studi kasus, sementara penulis menggunakan kualitatif

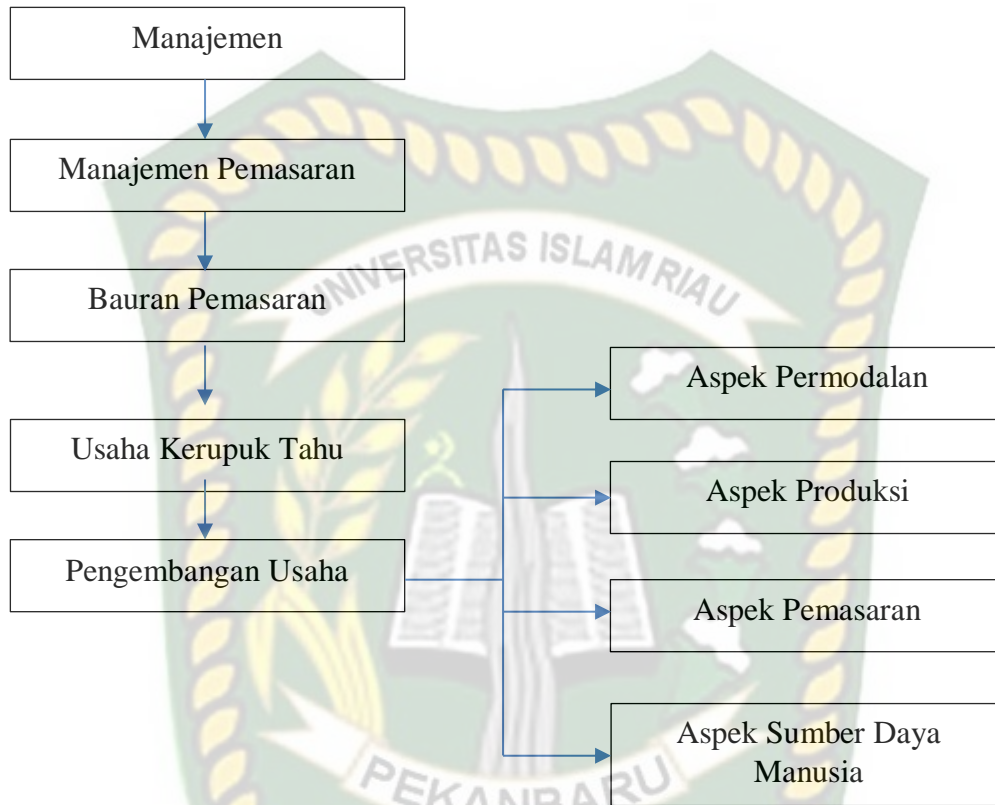
1	2	3	4	5
		Strategi Pengembangannya (Studi Kasus KUD Usaha Bersama di Desa Trimodadi Kec. Abung	bersama masih relatif rendah, pendapatan rumah Kec. Abung Lampung Utara	
5.	Alfi Amalia (2012)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan, kekuatan yaitu mutu produk yang di hasilkan baik, kelemahannya yaitu saluran distribusi produk yang belum efisien	Objek penelitian berbeda pada kota Semarang sementara penulis meneliti di kota Seberida Kabupaten Indragiri Hulu

Sumber: Data Penelitian 2020

C. Kerangka Pikir

Setiap usaha yang didirikan memiliki tujuan untuk mendapatkan penghasilan, sehingga pengusaha berusaha dengan maksimal untuk mengembangkan kegiatan usaha yang dijalannya agar tetap bertahan dan mampu bersaing di pasaran. Salah satu langkah adalah melakukan pengembangan usaha dengan memperhatikan semua lini yang terdapat pada produk yang dihasilkan, sehingga produk yang dihasilkan bisa diterima dengan baik oleh konsumen. Dalam penelitian ini mengenai pengembangan usaha kerupuk tahu digunakan kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar II.1: Kerangka Pikir Tentang Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Di Desa Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu



Sumber: Modifikasi Penulis, 2020

D. Konsep Operasional

Untuk menjelaskan teoritis yang telah di cantumkan dan menjelaskan, maka penulis mengoperasionalkan konsep tersebut dalam memudahkan pemahaman dan penulisan ini.

1. Administrasi adalah seluruh proses kerjasama kelompok orang atau lebih disertai dengan pembagian tugas untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.
2. Organisasi adalah proses berhimpunnya kelompok manusia karena memiliki kepentingan-kepentingan yang sama dalam mencapai tujuan.

3. Manajemen adalah proses penyelenggaraan sebagai bagian dalam rangka penerapan tujuan organisasi.
4. Manajemen sumberdaya manusia adalah suatu proses yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pimpinan dan pengendalian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, pengadaan, pengembangan, kompensasi, promosi dan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan yang diterapkan.
5. Pemasaran adalah kegiatan industri kerupuk tahu Suyoto Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu untuk memperoleh hasil yang maksimal melalui kegiatan pertukaran nilai barang dengan barang yang dibutuhkan oleh konsumen.
6. Bauran pemasaran meliputi produk yaitu barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk bisa mendapatkan perhatian yang memenuhi kegiatan atau kebutuhan.
7. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri atau sifat produk yang berpengaruh pada kepuasan konsumen.
8. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil yang dijalani oleh individu ataupun badan/lembaga dengan modal yang tergolong kecil.
9. Pengembangan usaha langkah yang dilakukan pengusaha dalam mengembangkan usaha yang dijalannya dengan mempertimbangkan berbagai faktor pendukung dan penghambat, sehingga diperoleh langkah yang tepat untuk mengembangkan usahanya.
9. Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu dalam penelitian ini menggunakan

beberapa indikator sebagai tolak ukur mengenai pengembangan usaha yang telah dilakukan pengusaha. Adapun indikator penelitian dilihat dalam 4 aspek sebagai berikut:

- a. Aspek permodalan adalah berupa uang yang digunakan untuk industri terkhususnya usaha kerupuk tahu gemilang guna menjalankan usaha sehari-hari.
- b. Aspek produksi adalah menjadi salah satu pendukung berjalannya suatu usaha.
- a. Aspek pemasaran adalah promosi penjualan yang dilakukan oleh setiap pelaku usaha.
- b. Aspek sumberdaya manusia adalah usaha yang dilakukan untuk memperbaiki kondisi usaha secara seksama dengan cara mengikuti pelantikan.

E. Operasional Variabel

Tabel II.2: Operasional Variabel Tentang Penelitian Analisis Pengembangan Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Di Desa Sidomulyo Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1	2	3	4
Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, motivasi dan inovasi (Anoraga,2007;66)	Aspek pengembangan usaha	a. Aspek permodalan b. Aspek produksi	a. Modal awal b. Sumber permodalan c. Manajemen pembukuan a. Bahan baku b. Tenaga kerja c. Alat produksi

1	2	3	4
		c. Aspek pemasaran d. Aspek sumberdaya manusia	a. Merek usaha b. Harga produk c. Promosi produk d. Jangkauan pemasaran produk a. Kemampuan karyawan b. Pembagian tugas

Sumber : Modifikasi Penulis, 2020



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang penulis gunakan adalah survey deskriptif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, bermaksud memberikan gambaran secara jelas, mendalam dan terperinci tentang keadaan objek penelitian dengan cara mengumpulkan data sehingga memperoleh perumusan analisis dari masalah yang dihadapi. Metode kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif yang merupakan kata-kata lisan maupun tulisan dan cenderung menggunakan analisis. Pada dasarnya kualitatif di tunjukan pada penelitian yang mengamati khusus (Indrawan dan Yaniawati, 2014;67-68).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan industri kerupuk tahu gemilang sudah lama berdiri dengan kualitas kerupuk tahu yang tidak kalang dengan kerupuk yang ada di pasaran.

C. Informan Penelitian

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membangun generalisasi dan hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif tidak dikenal dengan adanya informan sebagai sumber informasi dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan

dalam penelitian.

Dalam penelitian ini menanyakan langsung pada pemilik usaha kerupuk tahu gemilang serta sebagai informan dalam menggali informasi. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah :

Tabel III.2 : Tabel jumlah informan penelitian

No	Informan	Jumlah	Keterangan
1.	Pemilik Usaha Kerupuk Tahu Gemilang	1 orang	Key Informan
2.	Karyawan bagian administrasi	1 orang	Informan
3.	Karyawan produksi	1 orang	Informan
4.	Pengecer tetap per hari	2 orang	Informan
	Jumlah	5 orang	

Sumber :Modifikasi Penulis, 2020

D. Teknik Penetapan Informan

Teknik penetapan informan adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh informan. Penetapan sumber data dan informan dalam penelitian ini menggunakan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, ataupun dia sebagai pemimpin sehingga akan memudahkan penelitian.

E. Jenis dan Sumber data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber di lapangan seperti wawancara. Adapun data yang diperoleh langsung dari pemilik usaha Kerupuk Tahu Gemilang dan karyawan mengenai pengembangan usaha Kerupuk Tahu di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu (Studi Kasus Kerupuk Tahu Gemilang).

2. Data sekunder

Adapun data yang diperoleh secara tidak langsung dari perusahaan tempat penelitian ini dilaksanakan bersifat mendukung analisis penelitian tersebut. Data ini merupakan gambaran mengenai perusahaan (kerupuk tahu gemilang) seperti sejarah berdirinya usaha, tenaga kerja, dan alat produksi serta aktivitas usaha.

F. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi

Untuk mendapatkan data dan informasi dalam penelitian ini peneliti melakukan langsung pengamatan terhadap subyek/obyek dan pelaksanaan, mengenai pengembangan usaha Kerupuk Tahu Gemilang di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu, obyek penelitian ini dilaksanakan langsung di tempat penelitian tersebut sehingga data yang dikumpulkan lebih lengkap.

2. Wawancara (*interview*)

Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian, cara ini digunakan untuk mendapatkan informasi dan data responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka. Dalam pengumpulan data penelitian ini dilakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha kerupuk tahu gemilang sebagai informan.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara mengambil data-data dari catatan, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti atau mengambil gambar foto tempat penelitian di adakan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode deskriptif adalah menganalisis data dengan pengelompokan data dan kemudian hubungan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan masalah pengembangan yang ada pada usaha Kerupuk Tahu Gemilang tersebut. Adapun langkah yang digunakan untuk melakukan analisis data penelitian sebagai berikut:

1. Reduksi data

Adalah bagian dari proses analisa yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuat hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan.

2. Sajian data

Merupakan rangkaian informasi yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan sajian data tersebut dapat diketahui apa yang terjadi dan kemungkinan untuk menganalisa dan mengambil tindakan lain.

3. Penarikan kesimpulan

Dari sajian data yang sudah tersusun yang dibuat penulis dapat menarik sesuatu kesimpulan akhir. Ketiga komponen di atas akan berinteraksi dengan proses pengumpulan data sebagai proses siklus. Dalam penelitian ini penulisan tetap berada dalam lingkungan interaksi tersebut sampai kumpulan data yang bergerak ke reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Usaha

Usaha kecil saat ini cukup berkembang dan tersebar di berbagai penjuru Nusantara, begitu juga dengan pertumbuhan usaha kecil di Kabupaten Indragiri Hulu. Di mana banyak terdapat usaha-usaha kecil yang digeluti masyarakat sebagai sumber perekonomian yang salah satunya bidang usaha produksi kerupuk tahu. Kerupuk menjadi salah satu makanan yang cukup disenangi hampir sebagian besar masyarakat, hal inilah yang menjadi pencetus ide awal dari pemilik usaha untuk menjalankan usahanya. Selain itu usaha produksi kerupuk juga mudah dijalankan dan dapat diterima di pasaran.

Berdirinya usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo untuk meramaikan pasar kerupuk, sehingga memberikan pilihan kepada konsumen untuk mendapatkan produk yang enak dan sesuai selera. Pada tahun 2013 Bapak Suyoto bersama isterinya Ibu Siti Maisaroh dibantu oleh kedua anaknya mendirikan usaha pembuatan kerupuk tahu dengan modal awal sebesar Rp. 5.000.000,-. Awalnya usaha ini dijalani sepenuhnya oleh keluarga inti mulai dari proses pengadonan, penjemuran, penggorengan, pembungkusan, sampai kepada penjualan dengan jumlah produksi yang masih sedikit dan wilayah jangkauan masih seputaran tempat tinggalnya.

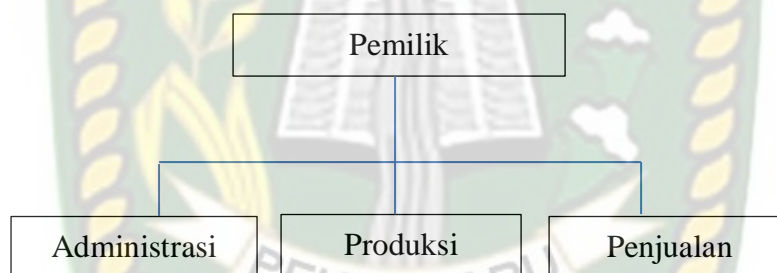
Seiring berjalannya waktu usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo terus berkembang dengan meningkatkan jenis produk yang di produksi. Di mana saat

ini usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo telah memproduksi 2 jenis produk yakni kerupuk tahu dan kerupuk ikan. Untuk memenuhi kebutuhan produksinya usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo menambah jumlah karyawan dengan saat ini berjumlah 22 orang.

B. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi dalam usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo dapat dijabarkan dalam bentuk gambar berikut:

Gambar IV.1 Struktur Organisasi Usaha Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo



Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021.

C. Fungsi dan Tugas Organisasi

Tugas dan wewenang serta tanggung jawab dari tiap-tiap unit dalam struktur organisasi usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo sebagai berikut;

1. Pimpinan/Pemilik

Fungsi dari pimpinan yang juga pemilik yaitu sebagai berikut:

- a. Bertanggungjawab sepenuhnya atas aktivitas industri
- b. Membuat sebuah kebijakan untuk kemajuan industri
- c. Membina bawahan agar dapat memikul tanggung jawab tugas masing-masing

- d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien
- e. Menyusun fungsi manajemen secara baik.

2. Bagian Administrasi

Bagian ini berfungsi melakukan pencatatan atas penjualan, pengembalian (return), pembelian bahan baku untuk proses produksi, merekap seluruh data yang ada dalam satu bulan.

3. Bagian Produksi

Fungsi dan tugas dari bagian produksi yaitu menjalankan proses produksi produk secara efektif dan efisien sehingga dapat memenuhi target produksi yang telah ditentukan. Bagian produksi terbagi setidaknya pada lima bagian yakni pengadonan, pencetakan, penjemuran, penggorengan, dan pembungkusan.

4. Bagian Penjualan atau Pemasaran

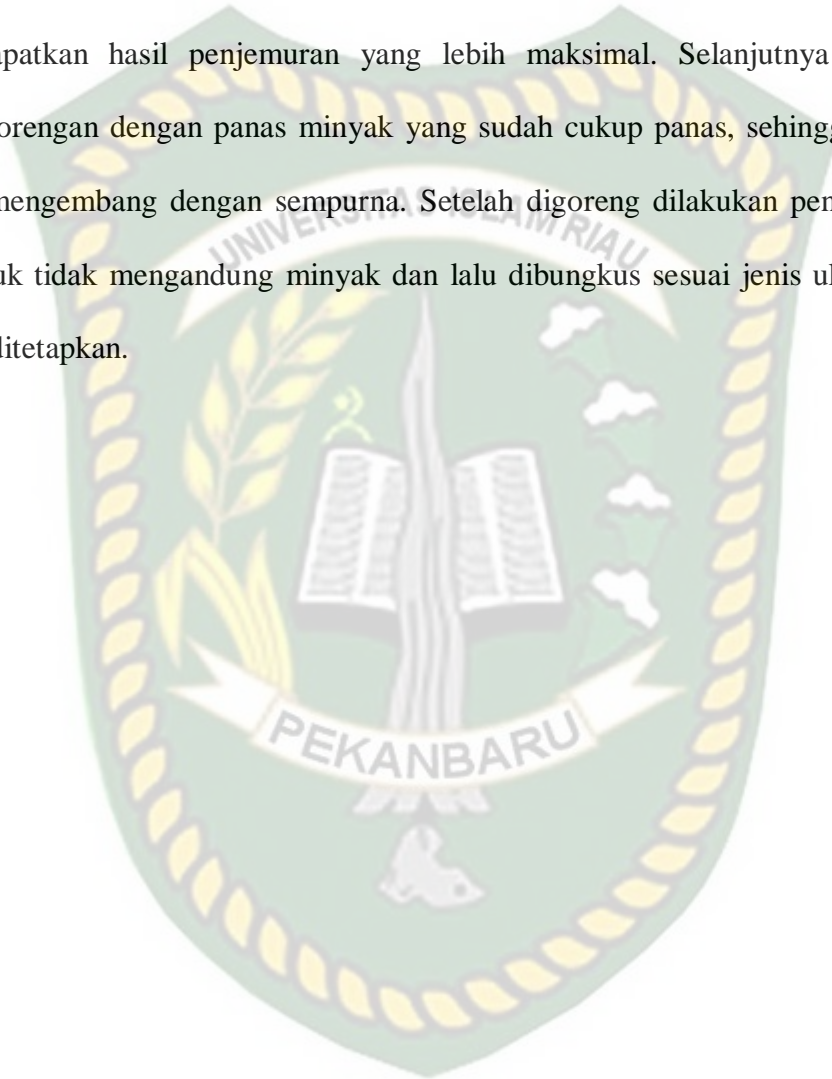
Bagian pemasaran berfungsi untuk memasarkan barang dan mengantarkan barang kepasar.

D. Aktivitas Industri

Usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo merupakan suatu industri yang bergerak di bidang makanan ringan yakni dalam bentuk kerupuk. Untuk mendukung proses pembuatan kerupuk tahu maka dibutuhkan bahan baku utama berupa tepung yang diolah sedemikian rupa sehingga menjadi produk berupa kerupuk.

Proses produksi memerlukan waktu sekitar satu sampai dua jam karena proses pembuatan harus dilakukan dengan waktu yang pas agar rasa benar-benar

enak. Proses pertama melakukan pencampuran bahan baku untuk menjadi adonan, kemudian setelah adonan jadi dicetak kecil-kecil sesuai ukuran yang ditetapkan. Setelah dicetak dilakukan penjemuran secara langsung di luar ruangan untuk mendapatkan hasil penjemuran yang lebih maksimal. Selanjutnya dilakukan penggorengan dengan panas minyak yang sudah cukup panas, sehingga kerupuk tahu mengembang dengan sempurna. Setelah digoreng dilakukan penirisan agar kerupuk tidak mengandung minyak dan lalu dibungkus sesuai jenis ukuran yang telah ditetapkan.



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Informan

Sebelum mengurai lebih jauh mengenai hasil dan pembahasan pada penelitian ini terlebih dahulu dijelaskan identitas informan sebagai data awal penelitian yang diperoleh di lapangan. Di mana identitas informan ini sangat penting untuk dikemukakan agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai sumber informasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan juga karyawan yang bekerja di usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo. Adapun identitas informan penelitian yang diperoleh pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel V.1 Identitas Informan Penelitian

No.	Informan	Status	Usia (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan
1.	Siti Maisaroh	Pemilik Usaha	55	Perempuan	SMP
2.	Ade Irma Suryai	Karyawan Adm	24	Perempuan	SMA
3.	Indra Setiawan	Karyawan Produksi	25	Laki-laki	SMA
4.	Rio Setiawan	Karyawan Penjualan	27	Laki-laki	SMA
5	Junaidi	Karyawan Penjualan	31	Laki-laki	SMA

Sumber: Olahan Penelitian, 2021.

Berdasarkan tabel di atas jelaslah bahwa pada penelitian ini peneliti memperoleh informasi mengenai pengembangan usaha kerupuk tahu berasal dari pemilik usaha dan karyawan yang bekerja di usaha kerupuk tahu Gemilang

Sidomulyo. Dari identitas informan di atas dapat dilihat bahwa informan yang ada berasal dari beberapa karyawan yang dari bagian-bagian yang ada pada usaha kerupuk tahun Gemilang Sidomulyo.

Dari segi usia, hanya pemilik usaha yang sudah berada pada tingkat usia di atas 50 tahun sementara dari karyawan yang dipekerjakannya berasal tingkat usia yang sangat produktif yakni pada rentang 24-31 tahun. Sementara tingkat pendidikan para informan memiliki latar belakang pendidikan yang cukup baik yakni SMP dan SMA, sehingga diharapkan mampu memberikan tanggapan dan menjawab pertanyaan yang peneliti maksudkan. Dengan demikian jelaslah bahwa dari segi identitas informan seluruhnya berasal dari tingkat usia yang dewasa, berpendidikan, dan terakhir berjenis kelamin perempuan.

B. Hasil Penelitian

Pengembangan usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo merupakan objek yang diteliti untuk ditelusuri lebih jauh mengenai pertumbuhannya dan mampu bertahan dalam kurun waktu yang lebih dari 5 tahun. Di mana untuk mendapatkan pengembangan usaha tersebut telah ditetapkan 4 indikator penelitian yang diharapkan mampu menjawab tentang pengembangan usaha yang digunakan pengusaha dalam menjalankan bisnisnya.

1. Aspek Permodalan

Menurut Masyiah Kholmi (2003) sebagian besar permodalan bersumber dan milik sendiri sehingga umumnya perusahaan kecil tidak berpengaruh adanya kenaikan nilai Dollar dan adanya kenaikan suku bunga bank. Umumnya industri

kecil kurang memiliki akses memperoleh pinjaman, hal ini disebabkan dokumentasi atas kegiatan belum memadai, khususnya berkaitan dengan pembukuan, oleh karena itu pengelola tidak memiliki informasi yang cukup mengenai kinerja finansial usaha yang dicapai. Dengan demikian akan terjadi kesulitan melalukan pinjaman di bank atau proposal yang diajukan untuk memperoleh dana sangat diragukan validitasnya.

Adapun aspek permodalan ini dilihat dari 2 hal yakni sumber permodalan dan manajemen pembukuan.

a. Sumber Permodalan

Dalam setiap usaha modal merupakan hal yang penting harus dimiliki pengusaha, modal berupa dana dan keahlian. Di mana pada penelitian ini peneliti lebih cenderung melihat modal dalam bentuk dana yang dimiliki pengusaha pada saat menjalankan usahanya.

Usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo yang dijalani pengusaha bersumber dari modal pribadi. Di mana dengan modal awal yang digunakan sebesar Rp. 5.000.000,- usaha ini mampu bertahan dan berkembang sampai saat ini. Bahkan dengan modal awal yang telah dikelola secara baik, saat ini usaha kerupuk tahu telah memiliki gedung produksi sendiri dan jumlah karyawan yang bertambah.

Modal awal yang dimiliki pengusaha sebesar Rp. 5.000.000,- berasal dari hasil tabungan keluarga. Dana yang dimiliki ini digunakan untuk membeli berbagai perlengkapan dan bahan baku untuk memproduksi kerupuk tahu. Adapun dana tersebut digunakan untuk membeli bahan baku tepung dan peralatan yang

digunakan seperti mangkok untuk pengadonan, tempat penjemuran, kualiti penggorengan, dan lainnya yang dibutuhkan.

b. Manajemen Pembukuan

Manajemen pembukuan dalam menjalankan usaha penting untuk dilakukan sebagai sumber informasi keuangan mengenai sebuah usaha. Dikarenakan pengelolaan pembukuan berupa membuat catatan atas semua aktivitas usaha terutama dalam hal jual-beli maupun pengeluaran biaya-biaya yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha menjadi penting untuk dicatat, agar catatan yang ada bisa menggambarkan keadaan usaha dari segi financial.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang diperoleh informasi berikut:

Adanya buku catatan sederhana, yakni buku kas atau catatan keluar dan masuk dana (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Tanggapan di atas menjelaskan bahwa dalam menjalankan usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang telah menggunakan catatan administrasi pembukuan yang bersifat sederhana. Di mana setiap transaksi keluar masuk telah dicatat pada buku kas yang digunakan sebagai catatan pembukuan atas usaha yang dijalani. Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Tidak ada catatan administrasi yang digunakan dalam pengolahan kerupuk tahu Cahaya Gemilang. Adapun catatan keuangannya usaha kerupuk tahu ini berupa catatan keuangan sederhana, yakni adanya catatan penjualan saja. (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021)

Tanggapan di atas dapat dikatakan bahwa usaha kerupuk tahu Cahaya

Gemilang telah ada melakukan pencatatan atau membuat catatan pembukuan. Namun catatan yang digunakan masih sangat sederhana, sehingga belum menggambarkan informasi yang sesungguhnya mengenai aktivitas transaksi dari usaha ini.

Hasil observasi yang telah peneliti laksanakan terlihat bahwa dalam aspek permodalan, pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang berawal dari modal sendiri yang dikumpul untuk dijadikan modal awal. Selama usaha berjalan diketahui tidak ada modal berasal dari pinjaman Bank, modal pinjaman hanya berasal dari KUD yang ada di Desa. Namun dikarenakan tidak adanya catatan keuangan yang baik, sehingga semua jenis transaksi yang dilakukan pengusaha tidak diketahui secara jelas.

Dengan demikian jelaslah bahwa usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang ini telah didukung oleh modal awal dari pemilik usaha dan dalam menjalankan usahanya telah menggunakan catatan pembukuan yang sederhana. Di mana dari modal awal yang berjumlah Rp. 5.000.000,- saat ini terus berkembang menjadi usaha yang cukup besar dengan modal yang digunakan dalam setiap bulannya untuk biaya produksi lebih dari Rp. 100.000.000,-. Hasil ini memberikan gambaran bahwa dari segi permodalan usaha ini telah memiliki modal yang bisa digunakan untuk pengembangan pada masa mendatang dan dengan berkembangnya usaha bisa memperoleh modal pinjaman dari berbagai lembaga keuangan.

2. Aspek Produksi

Aspek produksi hal utama yang dihasilkan pengusaha dalam

mengembangkan usaha yang dijalannya. Di mana aspek produksi sangat penting dilihat dikarenakan, aspek ini yang menjadi penggerak atas keberadaan usaha dan berkembangnya usaha pada masa mendatang.

Aspek produk pada penelitian ini dilihat dari 3 aspek yakni bahan baku, dan tenaga kerja, serta alat produksi.

a. Bahan Baku

Menurut Masiyah Kholmi (2003) sumber bahan baku yang digunakan sebagian besar bahan baku lokal atau berasal dari daerah sekitarnya, pembelian bahan baku rata-rata secara tunai karena tidak pernah membuat bahan baku secara kontinu, sehingga bahan baku menjadi masalah yang serius diproses produksi ketika ada permintaan mendadak atau kelangkaan bahan baku di pasaran, tetapi sebagian perusahaan telah melakukan persediaan bahan baku untuk menghadapi permintaan yang mendadak.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang diperoleh informasi berikut:

Bahan baku yang digunakan adalah tepung terigu dan tepung tapioka. Bahan baku yang digunakan perhari sebanyak 4 karung terdiri dari 3 karung tapioka dan 1 karung terigu (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Tanggapan di atas menjelaskan bahwa dalam memproduksi kerupuk tahu pengusaha menggunakan bahan baku utama berasal dari tepung terigu dan tepung tapioka. Kedua jenis tepung tersebut disatukan menjadi satu adonan untuk kemudian diolah menjadi kerupuk tahu.

Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang

mengatakan bahwa:

Bahan baku yang digunakan tepung tapioka dan tepung terigu. Harga bahan baku tepung saat ini perkilonya mencapai 11 ribu rupiah. Bahan baku diperoleh dari toko atau penyuplai tepung di Desa Buluh Rampai. Awalnya bahan baku yang digunakan dalam pengolahan kerupuk tahu Cahaya Gemilang saat ini cukup banyak dengan menggunakan tepung terigu 2 karung 20 kg dan dari tepung tapioka 2 karung 20 kg perharinya (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Dengan demikian jelaslah bahwa dari segi bahan baku usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo tidak menjadi kendala dalam memenuhinya dikarenakan sangat mudah diperoleh dan dijual hampir di setiap warung sembako, sehingga usaha ini bisa dijalankan sampai kapanpun selagi bahan baku yang digunakan masih tersedia.

b. Tenaga Kerja

Menurut Masiyah Kholmi (2003) tenaga kerja yang ada pada industri rata-rata berpendidikan rendah, untuk perusahaan selalu mendorong karyawan bekerja lebih terampil dan menciptakan cara-cara kerja yang efisien. Pada umumnya pimpinan/pengelola perusahaan lebih mudah mengendalikan atau melakukan pengawasan tenaga kerja (karyawan), karena pimpinan langsung dapat memantau langsung terhadap masing-masing karyawan ketika bekerja. Perlu diperhatikan mengenai tenaga kerja, kurangnya tambahan pengetahuan dari pihak perusahaan atau bekerja sama dengan pihak di luar perusahaan untuk memberikan pelatihan atau memberikan pengetahuan bagaimana dapat bekerja yang produktif dan lebih baik.

Tenaga kerja menjadi motor penggerak dalam menghasilkan suatu produk yang diharapkan. Pada penelitian ini tenaga kerja merupakan tenaga-tenaga

terampil yang memiliki kemampuan dalam mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai jual.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang diperoleh informasi berikut:

Saat ini tenaga kerja yang aktif adalah 22 orang yang terbagi dalam semua bagian pada usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang ini. Sistem pembayaran gaji perbulan borongan per satu karung tepung terigu 35 ribu dan jam kerja 7.30 sampai 10.00 Wib. Dan pembungkus kerupuk juga sistem borongan dengan upah perenteng Rp. 850,- (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021)

Tanggapan di atas menggambarkan dalam menjalankan usahanya, pemilik usaha saat ini telah menggunakan tenaga kerja yang dipekerjakan dalam memproduksi kerupuk tahu sebanyak 22 orang. Tenaga kerja tersebut terbagi atas beberapa bagian sesuai dengan kemampuan dan keahliannya dalam mendukung proses produksi kerupuk tahu.

Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Jumlah tenaga kerja awal usaha adalah 4 orang yaitu: pemilik usaha dan kedua anaknya. Saat ini tenaga kerja yang ada dalam pengolahan kerupuk tahu Cahaya Gemilang mencapai 20 orang yang ditugaskan sesuai bidang dalam pengolahan kerupuk tahu. Sistem pembayaran gaji yang digunakan dengan hitungan harian tergantung tugasnya masing-masing (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Tanggapan di atas menjelaskan bahwa telah ada perkembangan dari segi tenaga kerja yang digunakan pengusaha dalam menjalankan usaha kerupuk tahu. Di mana pada awal berdiri usaha ini hanya menggunakan 4 orang tenaga kerja yang keseluruhannya adalah anggota keluarga ini. Seiring berkembangnya usaha

yang dijalani, saat ini pengusaha telah mempekerjakan sebanyak 22 orang tenaga kerja yang terbagi dalam berbagai bagian yang saling mendukung pada proses produksi sampai pemasaran produk.

Wawancara dengan Indra Setiawan salah satu karyawan bagian produk usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Jumlah tenaga kerja awal pada saat buka adalah 4 orang yaitu pemilik dan anggota keluarganya. Saat ini jumlah tenaga kerja mencapai 20 orang tenaga kerja. Sistem pembayaran upah tenaga kerja dengan cara harian. (Wawancara pada tanggal 27 Januari 2021)

Hasil ini jelas memberikan gambaran bahwa usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo memiliki tenaga kerja dengan sistem pembayaran upah bulanan dan harian serta upah borongan. Untuk karyawan bulanan ditetapkan kepada bagian administrasi. Sementara untuk bagian produksi dibayar secara harian. Dan untuk karyawan bagian produksi khusus pembuatan adonan dan bagian pemasaran akan dibayar upahnya sesuai dengan jenis dan jumlah produk yang dihasilkan, sehingga apabila tidak ada pekerjaan yang dilakukan maka pengusaha tidak mengeluarkan biaya upah. Dengan demikian usaha ini dijalani memiliki beban upah pada tenaga kerja tertentu dan tanpa beban upah untuk karyawan tertentu pada saat tidak berproduksi, sehingga dengan sistem ini usaha akan terus berjalan dikarenakan tanpa beban upah yang memberatkan.

c. Alat Produksi

Menurut Masiyah Kholmi (2003) sebagian besar menggunakan alat produksi sederhana untuk proses produksi, umumnya mesin yang digunakan berumur tua, dan kurang didukung adanya sumber daya yang memadai, sehingga perusahaan kurang dapat menghasilkan produk yang bermutu tinggi, dan terjadi

produktivitas rendah yang berakibat terjadi biaya tinggi, dan akhirnya perusahaan kecil kalah saing harga dengan perusahaan menengah dan besar.

Alat produksi menjadi sarana utama dan pendukung dalam menghasilkan produk. Di mana alat produksi bisa membantu pekerjaan dengan cepat dan mudah, sehingga produk yang dihasilkan bisa berjumlah besar dan berkualitas baik.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang diperoleh informasi berikut:

Alat produksi yang digunakan paling banyak dilakukan secara manual, dikarenakan lebih cepat proses produksinya. Alat yang dipakai berupa mesin penggiling, pisau, kual, penjemuran, dan pengeleman plastik. (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021)

Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Alat produksi yang digunakan dengan cara manual dan dilakukan sendiri. Peralatan yang digunakan peralatan sederhana seperti kual, terpal, dan tempat penjemuran (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Wawancara dengan Indra Setiawan salah satu karyawan bagian produk usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Jenis alat produksi yang digunakan dalam pengolahan kerupuk tahu adalah mesin penggiling tepung, alat penjemur (terpal atau ayakan), alat penggorengan. Selebihnya dilakukan secara manual. (Wawancara pada tanggal 27 Januari 2021)

Alat produksi yang digunakan dalam memproduksi usaha kerupuk tahu masih berpaduan antara menggunakan peralatan dan menggunakan tenaga manusia. Di mana adonan, pencetakan, penjemuran, penggorengan, pembungkusan dilakukan secara manual, kemudian menggunakan bantuan peralatan yakni menggunakan mesin peniris minyak dan mesin pemanas untuk

pembungkus plastik.

Dengan demikian jelaslah bahwa dalam aspek produksi dalam mengembangkan usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo berasal dari bahan baku yang mudah diperoleh dengan mudah dipasarkan, dan tenaga kerja yang digunakan dibayar dengan sistem upah bulanan, harian dan perkuantitas dari jenis produk yang dihasilkan, serta alat produksi yang digunakan berupa alat produksi utama dan alat produksi pendukung.

3. Aspek Daerah Pemasaran

Aspek daerah pemasaran menjadi penting untuk dilihat dalam pengembangan usaha. Secara umum menurut Masiyah Kholmi (2003) perusahaan belum menggunakan sarana promosi penjualan secara tepat, cara promosi penjualan yang dilakukan sebagian besar melalui merek yang ada pada kemasan produk, adapun pameran belum banyak diikuti, hal ini disebabkan karena faktor biaya pameran relatif tinggi bagi usaha kecil. Di mana aspek daerah pemasaran merupakan target pasar yang ditetapkan pemilik usaha dalam menjual produknya ke pembeli. Hal ini dilakukan pengusaha dalam mendukung daerah pemasaran dengan menetapkan merek produk, wilayah pemasaran, dan promosi

a. Merek Produk

Merek produk merupakan hal penting yang harus dimiliki di mana dengan adanya merek, suatu produk bisa dikenal berasal dari mana dan diproduksi oleh siapa. Usaha kerupuk tahu telah menetapkan merek dagang dari usaha yang dijalani ini yakni diberikan nama Kerupuk Tahu Gemilang Sidomulyo.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya

Gemilang diperoleh informasi berikut:

Apa nama merek dagang Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021)

Dengan demikian dari adanya merek yang sudah ditetapkan ini memberi kemudahan bagi konsumen untuk membedakan asal produk dan tentunya dengan merek juga bisa menggambarkan baik tidaknya kualitas produk yang dihasilkan dari nama ini.

b. Harga

Dalam usaha kerupuk tahu ini pengusaha telah menetapkan harga jual atas produk yang dihasilkannya. Di mana kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo setidaknya memiliki 3 jenis atau varian harga mulai dari harga paling kecil Rp. 1.000, sedang seharga Rp.5.000,- dan ukuran paling besar seharga Rp. 10.000,.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang diperoleh informasi berikut:

Ada 2 jenis produk yakni kerupuk tahu dan kerupuk ikan. Sementara ada 3 jenis variasi bungkus kerupuk yang dijual di pasaran yakni paling kecil Rp.1.000,- ukuran sedang Rp.5.000,- dan ukuran paling besar seharga Rp. 10.000,- (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021)

Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Ada 2 jenis, kerupuk tahu dan kerupuk ikan. Harga mulai dari Rp. 1.000,- Rp. 5.000,- dan ukurang bungkus paling besar Rp. 10.000,- (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021)

Wawancara dengan Indra Setiawan salah satu karyawan bagian produk usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Jenis produk yang dihasilkan yakni 2 jenis yakni kerupuk tahu dan kerupuk ikan. Harga masing-masing produk tergantung varians kemasan. Kemasan kecil diecer seharga Rp. 1.000,- perbungkus, yang paling besar seharga Rp. 10.000,- perbungkus. (Wawancara pada tanggal 27 Januari 2021)

Wawancara dengan Rio Setiawan salah seorang tenaga kerja pengencer usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang yakni:

2 jenis, kerupuk tahu dan kerupuk ikan. Harga mulai dari Rp. 1.000,- Rp. 5.000,- dan ukuran bungkus paling besar Rp. 10.000,- (Wawancara pada tanggal 28 Januari 2021)

Begitu juga wawancara dengan Junaidi salah seorang tenaga kerja pengencer usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang yakni:

Ada 2 jenis yakni kerupuk tahu dan kerupuk ikan. Harga masing-masing jenis kerupuk tersebut mulai dari terkecil Rp. 1.000,- ukuran sedang seharga Rp. 5.000,- dan ukuran bungkus paling besar seharga Rp. 10.000,- (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021)

Berdasarkan hasil penelitian di atas jelaslah bahwa kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo telah menetapkan harga pada produk yang dihasilkan. Di mana produk kerupuk tahu Cahaya Gemilang memiliki 3 jenis atau varian harga mulai dari harga paling kecil Rp. 1.000, sedang seharga Rp.5.000,- dan ukuran paling besar seharga Rp. 10.000,. Adanya 3 varians harga ini memanjakan konsumen untuk memilih sesuai dengan kebutuhan, sehingga dengan adanya pilihan harga ini menjangkau seluruh konsumen yang menginginkan kerupuk tahu.

c. Promosi Produk

Promosi produk merupakan upaya yang harus dilakukan pengusaha dalam memperkenalkan dan mengingat secara terus menerus kepada konsumennya agar produk yang diproduksi atau dijual terus diingat konsumen, sehingga dengan mengingat akan memunculkan minat pembelian.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang diperoleh informasi berikut:

Promosi usaha yang dilakukan dari warung ke warung dengan cara mengecer atau menitipkan produk di warung. Produk di ecer oleh semua bagian penjualan yang di pasarkan mulai dari warung dan pasar (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Cara promosi yang digunakan dengan cara menyuplai ke warung-warung terdekat dan promosi secara online (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Wawancara dengan Indra Setiawan salah satu karyawan bagian produk usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Cara promosi yang digunakan dengan memasarkan produk ke warung-warung yang ada di sekitar 3 Kabupaten. (Wawancara pada tanggal 27 Januari 2021)

Wawancara dengan Rio Setiawan salah seorang tenaga kerja pengencer usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang yakni:

Promosi dalam bentuk nama yang sudah pasang atau ditempel pada bungkus kerupuk tahu. (Wawancara pada tanggal 28 Januari 2021)

Begitu juga wawancara dengan Junaidi salah seorang tenaga kerja pengencer usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang yakni:

Promosi dalam bentuk nama yang sudah pasang atau ditempel pada bungkus kerupuk tahu. Selain itu dimasukkan di seluruh warung-warung yang ada di wilayah Kabupaten Indragiri Hulu (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021)

Dengan demikian jelaslah bahwa bentuk promosi yang dilakukan pengusaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo dengan cara memasukan

produknya di setiap warung-warung dan toko-toko yang ada di sekitar Kabupaten Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan secara penjualan titipan. Kemudian untuk lebih mengenai kepada konsumen pada bungkus kerupuk ditempel merek dagang atau nama usaha yang telah digunakan, sehingga konsumen mengenal produk yang dijualnya dan bisa membedakan dengan produk hasil produksi para pesaing.

d. Jangkauan Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran merupakan area pemasaran yang ditetapkan pemilik usaha dengan mengategorikan dalam target pasar dan jangkauan pasar. Di mana pada penelitian ini ditemukan bahwa target pasar adalah semua kalangan konsumen, sehingga tidak membeda-bedakan pasar secara tingkatan usia dikarenakan semua produk bisa digunakan oleh semua kalangan konsumen.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang diperoleh informasi berikut:

Wilayah pemasaran untuk kerupuk tahu ini mencakup 3 kabupaten yakni: Indarigi Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Produk ini dipasarkan di tiga Kabupaten yakni Kabupaten Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Wawancara dengan Indra Setiawan salah satu karyawan bagian produk usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Produk ini dipasarkan di tiga Kabupaten yakni Kabupaten Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan. (Wawancara pada tanggal 27 Januari 2021)

Wawancara dengan Rio Setiawan salah seorang tenaga kerja pengencer usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang yakni:

Di sekitar wilayah Kabupaten Indragiri Hulu, dan beberapa kabupaten sekitarnya yakni Indragiri Hilir dan Pelalawan. (Wawancara pada tanggal 28 Januari 2021)

Begitu juga wawancara dengan Junaidi salah seorang tenaga kerja pengencer usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang yakni:

Di sekitar wilayah Kabupaten Indragiri Hulu, dan beberapa kabupaten sekitarnya yakni Indragiri Hilir dan Pelalawan (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Dengan demikian wilayah pemasaran usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo mencapai 3 kabupaten yang ada di sekitar tempat produksi. Adapun jangkauan wilayah pemasaran tersebut yakni di Kabupaten Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan. Dengan luasnya jangkauan wilayah pemasaran, maka pengusaha menggunakan tenaga pemasaran atau penjual yang ditempatkan untuk mendistribusikan masing-masing wilayah yang menjadi titik sasaran pemasaran.

Luasnya jangkauan pemasaran memberi bukti bahwa usaha kerupuk tahu bermerek Cahaya Gemilang yang berasal dari Dusun Sidomulyo telah berkembang dan memiliki wilayah pemasaran yang mencapai 3 kabupaten di sekitar lokasi produksi. Hasil ini memberikan penjelasan bahwa dari awal berdiri hanya seputaran kecamatan Seberida, namun seiring berjalannya waktu telah berkembang dengan pesat menjangkau 3 Kabupaten yang ada di sekitar yakni Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan.

Aspek pemasaran dari usaha yang dijalani yakni kerupuk tahu Cahaya Gemilang telah terpenuhi berbagai unsur pemasaran yakni telah ditetapkan merek dagang dari usaha yang dijalani yakni Cahaya Gemilang dengan saat ini telah terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan jenis PIRT. Kemudian telah ditetapkan harga dari produk yang dihasilkan dalam tiga varians harga yakni mulai dari Rp. 1.000,- ukuran paling kecil, ukuran sedang Rp. 5.000,-, dan ukuran paling besar seharga Rp. 10.000,-. Untuk terus berkembang dan diingat konsumennya langkah yang digunakan pengusaha dengan memasuki atau menitip produknya ke setiap warung-warung yang ada di sekitar 3 Kabupaten yakni Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan.

4. Aspek Sumber Daya Manusia

Menurut Masiyah Kholmi (2003) kecenderungan perusahaan memiliki percaya diri tanpa bantuan orang lain usahanya dapat berjalan terus, terdapat upaya untuk memperbaiki kondisi perusahaan secara seksama, sehingga reputasi perusahaan sangat tergantung pada perusahaan, hanya karena terbatas pengetahuannya, maka sering kali hal ini dilakukan sebenarnya sudah lama dilakukan pihak lain.

a. Kemampuan Karyawan

Kemampuan karyawan sangat penting untuk mendukung hasil produksi yang sesuai dengan diharapkan. Di mana masing-masing karyawan memiliki kemampuan sesuai dengan bidang tugas yang ditetapkan, sehingga masing-masing karyawan harus mampu mengurus pekerjaannya.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya

Gemilang diperoleh informasi berikut:

Sampai saat ini seluruh karyawan dipekerjakan memiliki kemampuan sesuai dengan bidangnya masing-masing, sehingga produksi setiap harinya bisa tercapai. Kemudian untuk bagian pemasaran mampu memasarkan semua produk yang telah diproduksi ke seluruh penjuru wilayah penjualan (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Kemampuan karyawan sangat baik dan maksimal dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan bidangnya (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Wawancara dengan Indra Setiawan salah satu karyawan bagian produk usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Tugas yang dikerjakan karyawan tersebut sesuai dengan tugas dan kemampuan masing-masing karyawan sesuai bagiannya dalam memproduksi kerupuk tahu (Wawancara pada tanggal 27 Januari 2021)

Berdasarkan tanggapan yang disampaikan para informan di atas jelaslah bahwa setiap karyawan yang dipekerjakan pada usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo telah memiliki kemampuan sesuai dengan bidangnya, sehingga dengan kemampuan yang dimiliki mampu mendukung dalam mewujudkan produk kerupuk tahu yang berkualitas sesuai dengan harapan dari pengusaha.

b. Pembagian Tugas

Pembagian tugas dalam menjalankan pekerjaan sangat dibutuhkan, begitu juga pada saat memproduksi suatu produk. Di mana dalam proses produksi tidak bisa berjalan sendiri-sendiri seluruh prosesnya saling berkaitan untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan harapan.

Wawancara dengan Siti Maisaroh pemilik usaha kerupuk tahu Cahaya

Gemilang diperoleh informasi berikut:

Karyawan terbagi dalam beberapa bagian mulai dari 1 orang kasir, 4 orang pengadonan, 2 menyetak, 2 orang penjemuran, 2 orang penggorengan, 4 orang pembungkusan, 2 orang bagian gudang dan bahan baku, dan 5 orang tenaga penjual atau pemasaran (Wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Sementara dari wawancara dengan Ade Irma Suryani salah seorang karyawan administrasi/kasir dari Usaha Kerupuk Tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Tugas yang dilakukan karyawan ada yang bertugas sebagai pengolahan adonan, penjemuran, penggoreng, pembungkusan atau pengemasan, pengadaan bahan baku, pengencer kesetiap konsumen atau kedai-kedai (Hasil wawancara pada tanggal 26 Januari 2021).

Wawancara dengan Indra Setiawan salah satu karyawan bagian produk usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang mengatakan bahwa:

Pembagian tugas dengan cara menentukan sesuai kemampuan pekerja yang ditugaskan sesuai dengan keahlian pekerja saat ini. (Wawancara pada tanggal 27 Januari 2021)

Berdasarkan tanggapan yang disampaikan informan di atas sangat jelas tergambar bahwa para karyawan yang dipekerjakan pada usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo telah ditetapkan per bagian. Di mana pada bagian administrasi bertugas melakukan pencatatan atas semua aktivitas penjualan, dan pembelian, sementara untuk urusan administrasi pengupahan menjadi tanggungjawab pemilik. Sedangkan pada bagian produksi terdiri dari proses pengadonan, pencetakan, pengeringan (penjemuran), penggorengan, dan pembungkusan serta packing. Selanjutnya bagian yang menjadi ujung tombak terdistribusinya seluruh produk yang dihasilkan untuk dipasarkan yakni bagian penjualan atau pemasaran.

Hasil ini bisa dilihat dari 4 aspek yang digunakan pada penelitian ini memberikan gambaran bahwa usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang telah berkembang dari awal berdiri sampai saat ini. Di mana pengembangan usaha tersebut dapat terlihat dari beberapa aspek yang penulis rangkum berikut ini:

Tabel V.2 Aspek Pengembangan Usaha

No.	Indikator	Ukuran	Awal Berdiri	Saat ini
1	Permodalan	Modal	Rp. 5.000.000	Rp. 250.000.000,-
		Pembukuan	-	Buku Kas
2	Produksi	Bahan Baku	15-20 kg/hari	200 -250 kg/hari
		Tenaga kerja	4 Anggota keluarga	22 Upah harian dan bulanan
		Alat produksi	Menggunakan peralatan rumah tangga	Peralatan khusus untuk produksi
3	Pemasaran	Merek	-	Cahaya Gemilang
		Harga	Ada	Ada
		Promosi	Belum	Merek
		Jangkauan	Kecamatan	3 Kabupaten
4	Sumber Daya Manusia	Kemampuan		Baik
		Keahlian		Baik

Sumber: Olahan Penelitian, 2021.

Berdasarkan pemetaan dari pengembangan usaha yang telah dijalankan pemilik usaha Kerupuk Tahu bermerek Cahaya Gemilang ini telah terjadi perkembangan usaha yang cukup baik. Di mana dari aspek modal dari modal awal sebesar Rp. 5.000,- saat ini pengusaha telah mampu mengembangkan usaha dengan bermodalkan lebih dari Rp. 250.000.000,- dalam menjalankan usaha. Sebelumnya tidak memiliki catatan atas transaksi usaha yang dijalani, saat ini telah ada catatan pembukuan atas transaksi yang terjadi di usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang.

Kemudian dari aspek produk terjadi peningkatan yang sangat besar. Di

mana awal berdiri pengusaha hanya mampu memproduksi 15-20 kg perharinya dengan tenaga kerja yang berasal dari keluarga inti. Saat ini telah terjadi perkembangan dengan produksi perharinya mencapai 200 – 250 kg dengan mempekerjakan 22 tenaga kerja yang ditempatkan di berbagai bagian dengan memberi upah harian dan bulanan sesuai bagian. Sedangkan dari segi peralatan kerja yang digunakan awal berdiri usaha sebagian besar merupakan peralatan rumah tangga yang dimiliki, saat ini seiring berkembangnya usaha peralatan kerja yang digunakan khusus untuk produksi atau usaha seperti mesin penggiling, kual, penjemuran, dan lain sebagainya.

Pada aspek pemasaran awal berdiri usaha ini belum memiliki merek yang dipatenkan dengan jangkauan penjualan disepertaran Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu dengan harga jual produk Rp. 500 – Rp. 2.000,-. Saat ini usaha kerupuk tahu terus berkembang dengan menetapkan merek Cahaya Gemilang dan harga produk yang dijual terdapat 3 varian yakni ukuran kecil Rp. 1.000,- ukuran sedang Rp.5.000,- dan ukuran besar Rp. 10.000,- dengan jangkauan pemasaran telah mencapai 3 Kabupaten yakni Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan.

Saat ini usaha kerupuk tahu Cahaya Gemilang telah didukung dengan tenaga kerja yang memiliki kemampuan dan keahlian sesuai bidangnya. Di mana dalam memproduksi terdapat bagian khusus untuk mengadon adonan sebagai bahan dasar menjadikan produk kerupuk tahu. Kemudian terdapat beberapa tenaga kerja khusus yang bertugas untuk menjemur dan memperhatikan tingkat kekeringan produk yang dijemur. Sementara setelah dijemur dilakukan

penggorengan dengan tenaga kerja yang khusus untuk menggoreng agar menjadi produk yang sama baik kualitas renyahnya. Tenaga kerja yang selanjutnya adalah bagian penirisan/pengeringan setelah digoreng, pemisahan, pembungkusan seluruhnya beranggotakan ibu-ibu rumah tangga yang bisa meluangkan waktunya untuk bekerja dengan gaji harian. Setelah semua proses produksi dijalani, kemudian produk ditempatkan di dalam gudang sesuai dengan tanggal produksi dan siap untuk dipasarkan ke pasaran.

Dengan demikian hasil penelitian ini dilihat dari 4 indikator yang dianalisis tergambar jelas bahwa pengembangan usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo telah berjalan dengan baik, sehingga pengembangan usaha masih bisa ditingkatkan dengan memperbanyak jumlah produksi dan memperluas jangkauan pemasarannya.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis, maka ditemukan beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha kerupuk tahu gemilang yakni:

1. Faktor Pendukung

Dalam menjalankan usaha kerupuk tahu pengusaha telah didukung dengan modal yang cukup baik, sehingga tidak membutuhkan modal tambahan dari luar untuk mengembangkan usaha ini. Bahan baku yang digunakan untuk berproduksi mudah diperoleh di pasaran. Usaha ini telah mempekerjakan tenaga kerja yang terampil dan paham dengan jenis pekerjaan yang dijalani.

Pengusaha telah menetapkan merek dari usaha yang dijalani, sehingga usaha kerupuk tahu ini sudah dikenal cukup luas minimal di tiga Kabupaten yakni Indragiri Hulu, Indragiri Hilir, dan Pelalawan.

2. Faktor Penghambat

Manajemen pembukuan maupun administrasi pembukuan yang belum tertata dengan rapi, sehingga catatan pembukuan yang ada belum memberikan informasi yang akurat mengenai aktivitas usaha. Alat produksi yang digunakan masih bersifat campuran tradisional dengan peralatan modern, sehingga dalam berproduksi membutuhkan banyak tenaga kerja dan hasilnya masih sedikit. Salah satunya adalah pada saat membungkus pengusaha belum menggunakan mesin pembungkus yang bisa membantu kualitas pembungkusan yang lebih baik.

Selain itu faktor alam menjadi salah satu penghambat. Di mana pada musim penghujan sulit untuk menjemur atau mengeringkan kerupuk yang telah dicetak, sehingga aktivitas produksi menjadi lebih sedikit jumlahnya dan juga bisa terhenti.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha kerupuk tahu Gemilang Sidomulyo telah terpenuhi dari aspek modal, aspek produksi, aspek pemasaran, dan aspek sumber daya manusia. Dengan terpenuhinya seluruh aspek yang ada, maka dapat dikatakan bahwa untuk masa mendatang usaha kerupuk tahu ini bisa terus dikembangkan dan menjadi semakin besar.

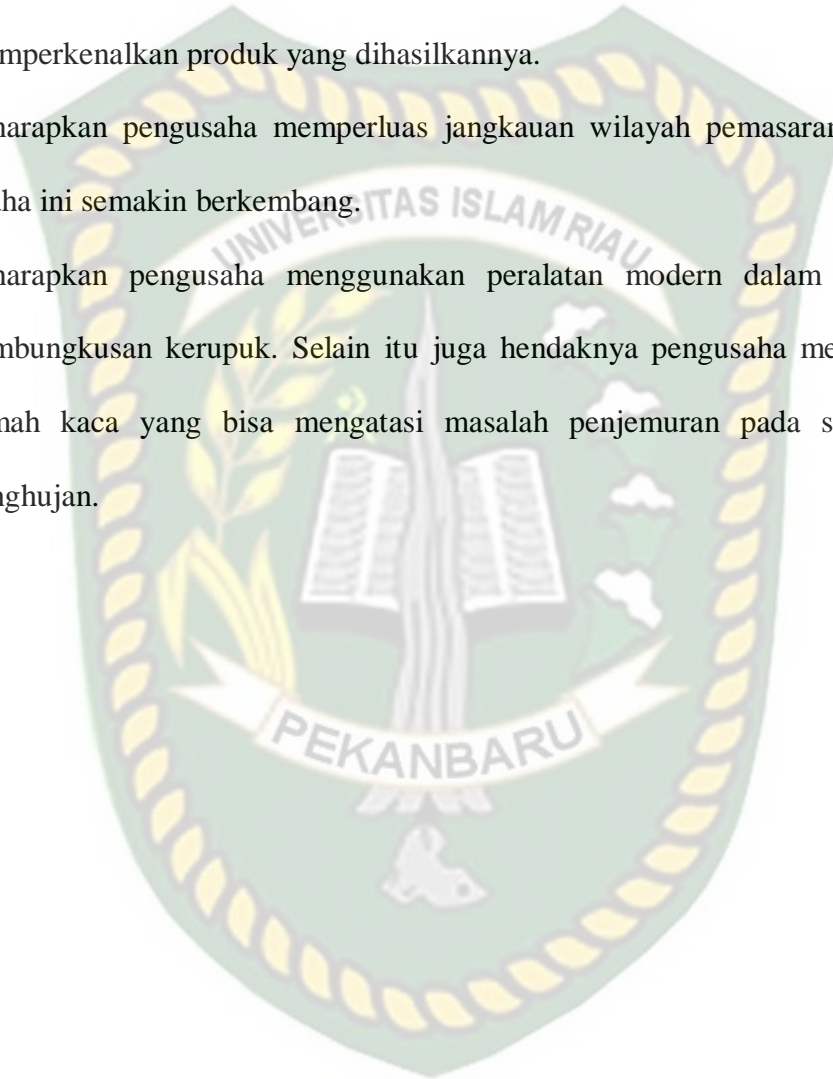
Ditemukan beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan usaha kerupuk tahu gemilang yakni: Aspek pendukung telah terpenuhinya modal, bahan baku yang mudah diperoleh, tenaga kerja yang terampil, telah menggunakan merek dagang, dan jangkauan pemasaran yang luas. Aspek Penghambat, manajemen pembukuan yang belum tertata dengan rapi dan masih menggunakan peralatan yang tradisional.

B. Saran-saran

Hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat peneliti ditetapkan saran penelitian.

1. Diharapkan pengusaha mengembangkan ide-ide kreatif dalam melakukan pengemasan produk, sehingga produk yang dihasilkan mampu menembus pasar yang lebih luas.

2. Diharapkan memanfaatkan catatan pembukuan yang lebih baik agar mampu memberikan gambaran informasi atas perkembangan usaha yang dijalani.
3. Diharapkan pengusaha memanfaatkan semua lini pemasaran dalam memperkenalkan produk yang dihasilkannya.
4. Diharapkan pengusaha memperluas jangkauan wilayah pemasaran, sehingga usaha ini semakin berkembang.
5. Diharapkan pengusaha menggunakan peralatan modern dalam membantu pembungkusan kerupuk. Selain itu juga hendaknya pengusaha menggunakan rumah kaca yang bisa mengatasi masalah penjemuran pada saat musim penghujan.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdullah, Thamrin, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Alma. Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari, 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Assauri, Sofjan, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Rajagrafindo Persada.
- Darseno, 2010. *Budi Daya dan Bisnis Lele*. Jakarta : Agro Media Pustaka
- Effendi, Usman 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Feriyanto dan Endang Shyta Triana. 2015. *Pengantar Manajemen (3 in 1)*. Jakarta: Mediaterra.
- Fuad, 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Karyoto, 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Manullang, 2006. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Morissan, 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurmansyah, 2018. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru : Unilak Pers.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sarwono. B. 2007. *Beternak Lele Dombo*. Jakarta : Agro Media Pustaka
- Siagian, P, Sondang. 2003. *Filsafat Administrasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono, 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service)

- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sule,dkk 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenamedia Group
- Sunarto. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST
- Sutarto, 2006. *Dasar-Dasar Organisasi*, Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Tjiptono. Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Wursanto, 2005. *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Zulkifli, dkk. 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi, dan kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru, Fisipol UIR.

