

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

**ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA TAHU BAROKAH DI
DESA SUKARAMAI KECAMATAN TAPUNG HULU
KABUPATEN KAMPAR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1
Bidang Ilmu Sosial program Studi Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau

OLEH:

NOVALIA BR KETAREN

NPM: 167210417

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

PEKANBARU

2021

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Novalia Br Ketaren
NPM : 167210417
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di
Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu
Kabupaten Kampar

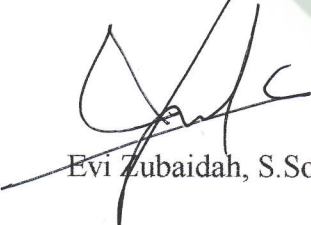
Format sistematika dan pembahasan masing-masing bab dan sub-sub bab dalam skripsi ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan ketentuan normatif dan Kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk di uji dalam sidang ujian komprehensif.


Pekanbaru, 17 April 2021

Turut Menyetujui
Program Studi Administrasi Bisnis

Pembimbing

Ketua


Evi Zubaidah, S.Sos. I., MPA


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

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

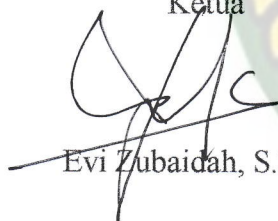
PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Novalia Br Ketaren
NPM : 167210417
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di
Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu
Kabupaten Kampar


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

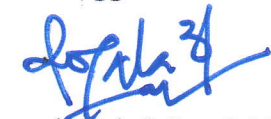
Pekanbaru, 15 Juli 2021

Ketua


Evi Zubaidah, S.Sos.I., MPA

Sekretaris


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


Eka Komalasari, S.Sos, M.Si

Mengetahui

Wakil Dekan I Bid. Akademik


Indra Safri, S.Sos., M.Si

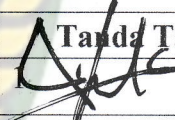
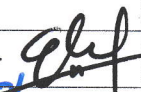
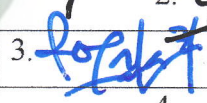

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 1098/UIR-Fs/Kpts/2020 tanggal 13 Juli 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 15 Juli 2021 jam 11.00 – 12.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Novalia BR. Ketaren
NPM : 167210417
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : **“Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah Di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu.”**

Nilai Ujian : Angka : ” **79** ” ; Huruf : ” **B** ”
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / Tidak Lulus / Ditunda
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Evi Zubaidah, S.Sos.I., MPA.	Ketua	
2.	Ema Fitri Lubis, S.Sos., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	Eka Komalasari, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. 

Pekanbaru, 08 Juli 2021
An. Dekan,


Indra Safri, S.Sos., M.Si.
Wakil Dekan I Bid. Akademik

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR : 1098/UIR-FS/KPTS/2021
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

- Mengingat** : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
4. SK Rektor UIR Nomor: 344/UIR/KPTS/2015 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR
5. SK Rektor UIR Nomor: 258/UIR/KPTS/2020, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2020-2024.

- Memperhatikan** : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama	: Novalia BR. Ketaren
N P M	: 167210417
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan	: Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi	: “Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah Di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu.”

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Evi Zubaidah, S.Sos.I, MPA. | Sebagai Ketua merangkap Penguji |
| 2. Ema Fitri Lubis, S.Sos., M.Si. | Sebagai Sekretaris merangkap Penguji |
| 3. Eka Komalasari, S.Sos., M.Si. | Sebagai Anggota merangkap Penguji |
2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.
3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 13 Juli 2021
Dekan

Dr. Syahrul Akmal Latif.,M.Si /
NPK. 080102337

Tembusan Disampaikan Kepada :

- 1.Yth. Bapak Rektor UIR
- 2.Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR
- 3.Yth. Ketua Jurusan ADM Bisnis.....
- 4 A r s i p -----sk.penguji

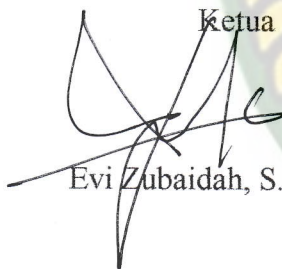
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Novalia Br Ketaren
NPM : 167210417
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di
Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu
Kabupaten Kampar

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh Mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukkan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administratif dan akademis, oleh karena itu dapat disyahkan sebagai sebuah Karya Ilmiah

Pekanbaru, 29 Juli 2021

Ketua

Evi Zubaidah, S.Sos.I., MPA

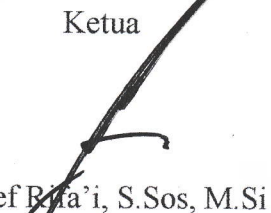
Sekretaris

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

Turut menyetujui,

Wakil Dekan I Bid. Akademik


Indra Safri, S.Sos., M.Si

Program Studi Administrasi Bisnis

Ketua

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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin Penulis mengucapkan Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan dan semangat dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelas sarjana sosial pada program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru.

Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun Skripsi ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah Skripsi Skripsi ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal tersebut penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Pada kesempatan yang baik ini tak lupa penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya baik secara langsung maupun tidak langsung atas segala dukungan, bantuan, bimbingan, pengarahan, nasehat dan pemikiran dari sebagai pihak selama proses studi dan juga selama proses penyusunan Skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi., MCL, yang menjabat sebagai rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr. Syahrul Akmal Latif., M.Si yang menjabat sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

3. Bapak Arief Rifa'i, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis pada fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Evi Zubaidah, S.Sos. I., MPA sebagai pembimbing yang telah sangat membantu penulis dan memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar untuk meluangkan waktunya, tenaga dan fikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat sebutkan satu persatu yang mana telah mendidik dan memberikan arahan selama perkuliahan.
6. Teristimewa untuk Ayah dan Ibu tercinta atas segala pengorbanan dan kasih sayang serta air mata dan doanya untuk ananda.
7. Dan juga tidak lupa buat kawan-kawan angkatan 2016 prodi Administrasi Bisnis yang telah memberikan bantuan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu semoga kita semua sukses, amin.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini akan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan semoga ilmu yang penulis peroleh ini dapat berguna untuk pengembangan Ilmu pengetahuan serta bagi nusa dan bangsa, Amin.

Pekanbaru, Februari 2021
Penulis

Novalia Br Ketaren

DAFTAR ISI

Halaman

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iii
BERITA ACARA UJIAN KONFERENSIF SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan dan Kegunaan penelitian	15
1. Tujuan penelitian	15
2. Kegunaan penelitian	15
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	
A. Studi Kepustakaan	16
1. Konsep Administrasi	16
2. Konsep Organisasi	18
3. Konsep Manajemen	20
4. Pemasaran	23
5. Manajemen Pemasaran	26
6. Pengembangan Usaha	28
B. Penelitian terdahulu	31
C. Kerangka Pikir	33
D. Konsep Operasional	34
E. Operasional Variabel	35

F. Teknik Pengukuran	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel	42
D. Teknik Penarikan Sampel	43
E. Jenis dan Sumber Data	43
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Teknik Analisis Data	45
H. Jadwal Kegiatan Penelitian	45
BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	
A. Singkat Desa Suka Ramai Kecamatan Tapung Hulu	47
B. Gambaran Singkat Usaha Tahu Barokah	49
C. Struktur Organisasi Usaha Tahu Barokah Desa Sukaramai.....	50
D. Tugas dan fungsi Organisasi Tahu Barokah Desa Sukaramai	51
E. Sumber daya Organisasi	52
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Identitas Responden Penelitian	54
B. Hasil Penelitian	56
1. Aspek Permodalan	56
2. Aspek Produksi	59
3. Aspek Pemasaran	63
4. Aspek Sumber daya Manusia	66
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
I. 1. : Perkembangan kondisi peralatan produksi pembuatan tahu Barokah dari tahun 2000-2019	5
I.2. : Bahan baku Pembuatan tahu perhari dari tahun 2000-2019	7
I.3. : Jumlah tenaga kerja pada tahun 2000 -2019	8
I. 4. : Jumlah modal pembuatan tahu pada tahun 2000 dan 2019	10
I.5. : Perkembangan lokasi pemasaran Tahu Barokah dari tahun 2000-2019	11
I.6 : Data penjualan tahu Barokah dari bulan Januari-Desember di tahun 2019	12
II.1. : Operasional Variabel Penelitian Tentang Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah Di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar	36
III. 1. : Populasi dan Sampel	42
III.2. : Jadwal Kegiatan Pelaksanaan Penelitian	46
IV.1. : Daftar dusun dan Jumlah RW dan RT di Desa Suka Ramai	47
IV.2 : Jumlah penduduk Desa Suuka Ramai berdasarkan jenis kelamin	48
IV.3 : Jumlah Fasilitas kesehatan Desa Suka Ramai	49
V. 1 : Distribusi responden penelitian berdasarkan Jenis Kelamin	55
V.2 : Distribusi Responden penelitian Berdasarkan Umur	55
V.3 : Distribusi Responden penelitian berdasarkan Tingkatan Pendidikan	56
V.4. : Distribusi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Aspek Permodalan	57
V.5. : Distribusi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Aspek Produksi	60
V.6. : Distribusi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Aspek Pemasaran	63
V.7. : Distribusi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Aspek Sumber Daya Manusia	67

V.8. : Rekapitulasi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar 69



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II. 1 : Kerangka pikir tentang Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung hulu Kabupaten Kampar	33
IV.1. : Struktur Organisasi Usaha Tahu Barokah Desa Suka Ramai	51



SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian Skripsi yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novalia Br Ketaren
NPM : 167210417
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian 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 dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konfrehensif 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, Februari 2021
Pelaku Pernyataan



Novalias Br Ketaren

ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA TAHU BAROKAH DI DESA SUKARAMAI KECAMATAN TAPUNG HULU KABUPATEN KAMPAR

Abstrak

oleh

Novalia Br Ketaren

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, responden penelitian yaitu pekerja tahu barokah dan pemilik sebagai informan. Setelah melakukan pengumpulan, pengolahan data dapat diambil kesimpulan kondisi aspek modal, produksi, pemasaran dan SDM yang dimiliki oleh Usaha Tahu Barokah dapat digunakan untuk melakukan pengembangan apabila dapat memaksimalkan penggunaan modal, pembaruan alat produksi, penambahan lokasi pemasaran di daerah lain atau bekerjasama dengan produsen tahu yang ingin membuka cabang serta penambahan karyawan untuk mengerjakan proses pengolahan, produksi, pemasaran hingga promosi, kemudian dalam kegiatannya pengembangannya usaha tahu Barokah harus sudah dapat memanfaatkan teknologi baik dari sisi produksi maupun media sosial untuk promosinya sehingga banyaknya pesanan dari luar daerah dapat menjadi suatu keuntungan untuk berkembangnya usaha tahu barokah ini ke lokasi yang lebih banyak dan luas tetapi dari keseluruhan perkebangan yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengembangan yang dilakukan oleh usaha tahu barokah terlihat lambat dan kurang maksimal maka dapat di simpulkan dalam kategori cukup baik. Adapun hal yang harus dilakukan oleh usaha tahu barokah dalam pengembangan usahanya antara lain memaksimalkan modal yang dimiliki, menambah jumlah alat produksi dan pegawainya serta melakukan memberikan merek pada bungkus tahu dan melakukan promosi melalui media elektronik dan sosial.

Kata Kunci: Pengembangan, usaha tahu

**ANALYSIS OF BAROKAH TOFU BUSINESS DEVELOPMENT IN
SUKARAMAI VILLAGE, TAPUNG HULU DISTRICT, KAMPAR REGENCY**

Abstract

By

Novalia Br Ketaren

This study aims to determine and analyze the development of Tofu Barokah Business in Sukaramai Village, Tapung Hulu District, Kampar Regency. The method used in this research is descriptive with a quantitative approach, the research respondents are tofu workers and owners as informants. After collecting, processing data, it can be concluded that the condition of the capital, production, marketing and HR aspects owned by the Tofu Barokah Business can be used to develop if it can maximize the use of capital, update production equipment, add marketing locations in other areas or cooperate with tofu producers. who want to open branches and add employees to work on the processing, production, marketing to promotion, then in its development activities the Barokah tofu business must be able to utilize technology both in terms of production and social media for promotion so that the number of orders from outside the region can be an advantage the development of this barokah tofu business to more and more extensive locations but from the overall development carried out it can be concluded that the development carried out by the barokah tofu business looks slow and less than optimal, it can be concluded in the pretty good category. As for the things that must be done by the tofu barokah business in developing its business, among others, maximizing the capital it has, increasing the number of production equipment and employees as well as giving a brand to the tofu package and promoting it through electronic and social media.

Keywords: Development, tofu business

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan harus dapat meningkatkan daya saing di era pasar bebas saat ini untuk keberlangsungan hidup perusahaan sehingga perusahaan di tuntut harus dapat melakukan semua kegiatannya secara efektif dan efisien, maka perusahaan akan dapat mengatasi ketidak pastian pasar bebas dan persaingan ketat serta ketidak pastian tersebut dan perusahaan akan dapat eksis dalam jangka waktu yang lama.

Administrasi bisnis merupakan keseluruhan aktivitas pengelolaan organisasi atau perusahaan yang bersifat profit/nirlama dengan tujuan menjaga pertumbuhan dan kestabilan perusahaan. Bidang utama dalam adminidtrasi bisnis antara lain pemasaran, logistik, sumber daya manusia, operasional dan manajemen. Manajemen sendiri ialah tata cara pengelolaan organisasi dengan penggunaan fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan dan evaluasi secara efektif dan efisien untuk mencapai visi dan misi perusahaan

Sumber daya manusia (SDM) atau biasa di sebut pegawai atau tenaga kerja dalam sebuah perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan dikarenakan SDM merupakan penggerak organisasi, pemikir dan perencana kemudian pelaksana dari semua aktivitas perusahaan sehingga posisi sentral perusahaan terletak pada SDM.

Seluruh jenis usaha besar maupun kecil tentunya memerlukan SDM sebagai perencana dan penggerak usahanya tidak terkecuali pada Usaha Mikro

Kecil Menengah (UMKM). usaha ini merupakan salah satu bidang penting dari pergerakan ekonomi negara, meskipun skala UMKM tidak terlalu besar dan cenderung kecil tetapi jumlah dari UMKM di Indonesia sangatlah besra dan pertumbuhannya dari tahun ketahun sangat pesat dan memiliki sumbangan yang sangat besar baik bagi negara dan juga bagi masyarakat sebagai pelaku dan konsumennya. Maka dari itu negara indonesia sangat mendorong dalam pengembangan UMKMnya, terdapat beberapa alasan sehingga UMUK harus dikembangkan antara lain UMKM sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi, kinerja UMKM cenderung lebih baik dalam hal menghasilkan tenaga kerja yang produktif dan UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dari pada usaha besar, maka dari itu potensi dan prospek UMKM sangat di harapkan untuk meningkat dan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat secara langsung.

UMKM sendiri menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil Menengah dibagi menjadi 3 kriteria yaitu:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah bangunan tempat usaha, atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangun tempat usaha, atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 5000.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
 - b. hasil penjualan tahunan lebih Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Kriteria sebagian dimaksud pada ayat(1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b, nilai nominalnya tidak dapat di ubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur peraturan presiden.

Pengembangan usaha merupakan perilaku yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam mengembangkan usaha untuk melaksanakannya. Di samping itu strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam waktu cukup lama, paling tidak selama lima tahun. Pengembangan usaha bukan hanya di lakukan oleh perusahaan besar maupun menengah, bentuk usaha

paling kecil sekalipun sangat memerlukan pengembangan usaha demi untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan tujuan dari usaha tersebut.

Industri tahu barokah merupakan salah satu unit usaha yang terdapat di desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar atau industri rumahan Tahu Barokah merupakan industri skala kecil. Dalam kondisi terbatas seperti itu, maka *output* yang di hasilkan oleh industri tahu barokah juga relatif kecil. Sesuai dengan sumber daya yang di miliknya bahwa industri tahu barokah dapat berkembang menjadi industri besar jika dikelola dengan maksimal.

Pabrik Tahu Barokah berdiri pada tahun 2000 kurang lebih 20 tahun, industri ini merupakan usaha yang termasuk *home industry* yang bergerak di bidang pengolahan tahu, dan tempe. Dalam proses produksi tahu barokah ini menggunakan sistem kerja yang di bagi sesuai kemampuannya terdapat pembagian tugas seperti di bagian mesin, dan bagian produksi yang di awasi langsung oleh pemilik usaha tahu barokah.

Semenjak berdirinya Tahu barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu, usaha ini sedikitnya dapat memberikan kesempatan kerja dan mengurangi angka pengangguran khususnya di Desa Sukaramai. Tahu Barokah Desa Sukaramai ini merekrut siapa saja yang memang ingin bekerja tanpa melihat unsur suku dan lain-lain, yang penting dapat bekerja sama dan mempunyai tanggung jawab dan niat untuk bekerja. Secara keseluruhan karyawan di Tahu Barokah ini memiliki 10 tenaga kerja, yang mana dari masing-masing mereka memiliki tugas masing-masing.

Tahu merupakan salah satu usaha yang mengandalkan biji kedelai sebagai bahan pembuatan. Biji kedelai yang mengalami koagulasi dan menjadi tahu dan tempe. Produsen juga mengolah kacang kedelai menjadi tempe tetapi pihak produsen lebih banyak membuat tahu dari pada tempe dimana produsen membuat tempe sesuai dengan permintaan masyarakat atau konsumen, sehingga peneliti memfokuskan penelitian ini mengenai tentang pengembangan Tahu Barokah yang ada di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar.

Pabrik Tahu Barokah dalam penyediaan peralatannya terlihat masih kurang memadai baik dari segi jumlah maupun kualitasnya. Alat untuk menempah tahu masih menggunakan alat buatan sendiri yaitu papan yang sudah dibentuk, dan alat untuk penyaringan bubur kedelai juga masih menggunakan kain belacu yang sederhana. Sehingga dari peralatan tersebut pengolahan tahu yang dilakukan pengusaha Tahu Barokah masih menggunakan peralatan yang tradisional. Lebih jelasnya mengenai peralatan yang digunakan pengrajin Tahu Barokah untuk mengolah Tahu, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I. 1. Perkembangan kondisi peralatan produksi pembuatan tahu Barokah dari tahun 2000-2019

No	Peralatan	Tahun	
		2000	2019
1.	Bak besar	1 unit	1 unit
2.	Mesin Penggiling	1 unit	1 unit
3.	Timba kecil	1 unit	1 unit
4.	Kain saringan tahu	1 unit	1 unit
5.	Pisau rol panjang	1 unit	1 unit
6.	Ember besar	1 unit	5 unit
7.	Pencetak tahu	4 unit	10 unit
8.	Drum	1 unit	4 unit
9.	Tungku	1 unit	1 unit

Sumber: Usaha Tahu Barokah, 2020.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa Peralatan merupakan bahan yang harus disediakan dalam proses pembuatan pengolahan baik industri skala besar maupun skala kecil. Kemudian ada penambahan jumlah peralatan yang digunakan karena jumlah permintaan dari masyarakat dan konsumen semakin meningkat maka pihak produsen atau pengelola menambah beberapa peralatan yang digunakan upaya memenuhi permintaan masyarakat sehingga permintaan konsumen dapat terpenuhi semuanya. Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan peralatan yang di gunakan dalam proses pembuatan tahu yang dimana proses pembuatan penggilingan tahu dilakukan guna memenuhi permintaan konsumen yang semakin bertambah.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa pihak produsen penggilingan tahu mengalami kelonjakan atau peningkatan dalam pengolahan kacang kedelai menjadi tahu dan tempe. Tetapi dalam pengolahan tersebut masih ditemui kendala atau hambatan dan mengakibatkan lambatnya proses penggilingan kacang kedelai tersebut salah satunya hambatan yang dihadapi adalah mesin penggilingan dari tahun 2000 sampai tahun 2019 hanya berjumlah satu unit dan menyebabkan lamanya proses penggilingan tersebut dan selama penggilingan tersebut sering dijumpai kerusakan pada mesin penggiling karena disebabkan oleh faktor usia mesin yang sudah termakan usia yang menyebabkan lambatnya proses penggilingan tersebut.

Dalam pembuatan tahu membutuhkan bahan baku utama yaitu kacang kedelai dalam proses pembuatan tahu yang dimana proses pembuatan

penggilingan tahu dilakukan guna memenuhi permintaan konsumen dan masyarakat. Berikut bahan baku yang digunakan sebagai berikut:

Tabel I. 2. Bahan baku Pembuatan tahu perhari dari tahun 2000-2019

No	Bahan Baku	Tahun	
		2000	2019
1	Kacang Kedelai	3 karung/ hari	10 karung / hari
2	Cuka	1 botol/ Hari	3 botol / hari

Sumber: Usaha Tahu Barokah, 2020.

Berdasarkan tabel diatas bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan tahu pada masa dulu dan sekarang sangat berbeda. Karena jumlah permintaan masyarakat semakin tahun semakin meningkat. pada tahun 2000 industri pembuatan tahu mengolah kacang kedelai menjadi tahu kurang lebih menghabiskan 3-4 karung dalam sehari untuk pembuatan tahu, karena jumlah permintaan konsumen atau masyarakat masih sangat kurang karena pengolahan tahu masih belum berkembang yang hanya dijadikan makanan rumahan atau makanan biasa yang hanya di goreng begitu saja.

Sedangkan pada era sekarang jenis pangan yang menggunakan bahan tahu sebagai pengolahan sangat banyak sehingga industri pembuatan tahu mengolah kacang kedelai menjadi tahu kurang lebih menghabiskan 10 karung per hari untuk pembuatan tahu, karena jumlah permintaan masyarakat semakin meningkat. Masyarakat banyak mengolah makanan yang berbahan dasar tahu menjadi makanan yang sangat bervariasi yang disukai atau digemari oleh masyarakat karena dari makanan tahu bisa diolah bermacam-macam jenis makanan yang berasal dari bahan utama tahu.

Selanjutnya dalam proses pengiriman bahan baku utama tahu masih sering mengalami keterlambatan atau hambatan dalam proses pengiriman dan kemudian terhalang saat proses memproduksi tahu yang harus dimana dalam waktu satu bulan bisa memproduksi 3.900 ember karena ada kendala pengusaha hanya bisa memproduksi 3.780 sampai 1.008 ember saja perbulan karena dipengaruhi oleh faktor cuaca, misalnya seperti hujan yang mengakibatkan jalan rusak dan becek sehingga kendaraan susah untuk keluar masuk ke lokasi tersebut.

Selanjutnya dalam hambatan yang dimiliki oleh pihak produsen adalah proses pengiriman bahan baku yang disebabkan karena akses jalan yang kurang memadai dan kurang bagusnya infrastruktur jalan yang menyebabkan lambatnya proses pengiriman bahan baku ke tempat produksi pengolahan kacang kedelai menjadi tahu dan tempe atau pengantaran tahu dan tempe terhadap konsumen atau masyarakat yang menyebabkan lambatnya proses pengiriman bahan baku utama yaitu kacang kedelai.

Dalam pelaksanaan produksi mulai dari pembelian bahan baku, pemilahan bahan baku, proses produksi, percetakan, pengemasan serta pemasaran tentunya membutuhkan sumber daya manusia atau pegawai untuk melaksanakan seluruh kegiatan dalam produksi Tahu Barokah. Maka jumlah dan kualitas pegawai sangatlah penting dalam sebuah organisasi atau bentuk usaha, maka untuk lebih jelas mengenai jumlah pegawai Tahu Barokah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel I. 3. Jumlah tenaga kerja pada tahun 2000 -2019

No	Jumlah Tenaga Kerja tahun 2000	Jumlah tenaga kerja tahun 2019
1	3 orang	9 orang

Sumber: Usaha Tahu Barokah, 2020

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah tenaga kerja dari tahun dimana Tahu Barokah di bentuk berjumlah 3 orang dan dalam perkembangannya hingga saat ini memiliki jumlah pegawai sebanyak 9 orang. Pegawai sangat dibutuhkan pada pihak produsen kecil maupun produsen berskala besar. Data diatas menunjukkan perbedaan jumlah tenaga kerja yang membuat olahan kacang kedelai antara tahun 2000 dan 2019. Pada tahun 2000 tenaga kerja yang membuat olahan kacang kedelai menjadi tahu hanya berjumlah hanya 4 orang yang dimana yang membuat itu dikerjakan oleh pemilik itu sendiri dan anggota keluarganya sendiri. Sedangkan pada tahun 2019 tenaga kerja tenaga yang membuat olahan kacang kedelai menjadi tahu yang dimana jumlah tenaga kerja menyebabkan penambahan untuk membuat tahu untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan masyarakat atau konsumen guna memenuhi kebutuhan pemasaran yang semakin meningkat.

Selain sumber daya manusia, sumber daya modal merupakan salah satu unsur penting bagi industri kecil untuk melakukan kegiatan usahanya dengan menggunakan modal maka suatu usaha baik besar ataupun kecil dapat membeli bahan dan perlengkapan untuk produksi dan pembiayaan gaji karyawannya. Atau modal bisa juga didapatkan melalui pinjaman kepada koperasi untuk pengembangan usaha seperti memperbaiki alat-alat, membeli lebih banyak bahan baku dan menambah jumlah pegawai. Untuk lebih jelasnya mengenai modal Tahu Barokah dalam melaksanakan usahanya dari tahun 2000 hingga 2019 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel I. 4. Jumlah modal pembuatan tahu pada tahun 2000 dan 2019

No	Jumlah modal pembuatan tahu 2000	Jumlah modal Pembuatan tahu 2019
1	Rp. 5.000.000.00	Rp. 15. 000.000,00

Sumber: Usaha Tahu Barokah, 2019

Berdasarkan tabel diatas pada tahun 2000 produsen atau pembuka usaha membutuhkan modal yang belum terlalu besar berkisar berjumlah Rp. 5.000.000,- karena bahan pada tahun 2000 bahan-bahan belum terlalu mahal dan jumlah permintaan masih belum terlalu terlalu banyak dari masyarakat. Sedangkan pada tahun 2019 pemilik usaha sedikit menambah biaya atau modal untuk melanjutkan proses pengolahan kacang kedelai. Dengan seiringnya waktu peralatan sedikit mengalami penambahan atau perbaikan karena semakin bertambahnya tahun secara tidak langsung peralatan perlu mengalami perbaikan supaya proses pengolahan tahu terus berjalan dan hasil tahu yang dihasilkan memiliki kualitas yang terbaik. Maka di ketahui bahwa modal sangat diperlukan dan sangat dibutuhkan dalam membuka segala jenis usaha, termasuk usaha Tahu Barokah.

Selanjutnya diketahui produk tahu masih menggunakan kemasan dari plastik bening atau transparan tidak memiliki label atau merek serta identitas produsen sehingga masyarakat atau konsumen belum mengenali produk dari produsen pengelola tersebut, hal ini merupakan salah satu kekurangan bisa saja masyarakat salah membeli tahu yang mereka kira memang buatan Tahu Barokah. Maka dari itu label atau merek dari produsen sangat penting untuk identitas produk dan juga sebagai media promosi. Maka dari itu diketahui bahwa pengusaha belum mengenali dalam bidang pemasaran sehingga para konsumen bisa membeli produk tersebut di tempat lain. Tetapi hingga sekarang pengusaha

tersebut masih belum memakai label atau brand untuk memasarkan produk tahu atau tempe supaya masyarakat bisa mengenali produk dari mereknya. Selain dari pada modal dan merek dari pada produk aspek selanjutnya yang patut di perhatikan yaitu market, atau pemasaran serta lokasi pemasaran.

Pemasaran yang baik tentunya dilakukan dengan berbagai strategi dan tentunya mempertimbangkan lokasi penjualannya juga, sehingga pengusaha dapat memperhitungkan kemungkinan potensi dan keuntungan penjualan produk tahu. Khususnya Tahu Barokah dalam memasarkan produknya telah memiliki lokasi tersendiri, data pemesanan tahu barokah di desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu pada tahun 2000 sampai 2019, untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel I. 5. Perkembangan lokasi pemasaran Tahu Barokah dari tahun 2000-2019

No	Tahun	
	2000	2019
1	Pasar sukaramai	Pasar Sukaramai
2		Pasar Kasikan
3		Pasar SP

Sumber: Usaha Tahu Barokah, 2020.

Berdasarkan Tabel diatas proses pemasaran tahu barokah tahun 2000 sampai 2019 dalam pemasarannya mengalami peningkatan. Pada tahun 2000 Tahu Barokah pada pemasarannya masih di pasarkan di Pasar Sukaramai saja. Kemudian pemasarannya itu sendiri masih di pasarkan oleh pemilik langsung ke pedagang-pedagang yang berada di Pasar Sukaramai, kemudian pembeli yang ingin membeli Tahu Barokah ini bisa langsung ke tempat produksi tahu barokah. Sedangkan pada tahun 2019 Tahu Barokah mengalami peningkatan ke beberapa

pasar yaitu: Pasar Sukaramai, Pasar Kasikan, dan Pasar SP. Akan tetapi hingga sekarang harga penjualan tahu barokah belum mengalami peningkatan, namun dalam konsep pemasarannya seharusnya suatu produk mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sesuai dengan harga pasar atau kondisi pasar.

Produksi pembuatan tahu dalam 1 hari membutuhkan biji kedelai sebanyak 10 karung per hari, dalam per hari membutuhkan 400 kg biji kedelai, didalam 1 ember terdapat 480 potongan tahu dalam 1 ember, dalam 1 hari mengeluarkan 130 ember untuk di pasarkan ke pasar-pasar yang sudah di tentukan seperti pasar Sukamai, Pasar Kasikan dan pasar SP, dan ke 3 pasar tersebut di bagi-bagi untuk di pasarkan, misalnya di pasar sukaramai terdapat 45 ember pasar kasikan 42 ember dan dipasar Sp 43 ember. Untuk lebih jelas mengenai penjualan Tahu Barokah pada tahun 2019 bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel I. 6. Data penjualan tahu Barokah dari bulan Januari-Desember di tahun 2019

No	Bulan	Jumlah Penjualan Tahu Per Ember
1	Januari	3.900
2	Februari	3.900
3	Maret	3.900
4	April	3.900
5	Mei	3.780
6	Juni	3.900
7	Juli	3.900
8	Agustus	3.900
9	September	3.900
10	Oktober	1.008
11	November	3.900
12	Desember	3.900

Sumber : Usaha Tahu Barokah, 2020

Berdasarkan tabel diatas dengan melihat tingkat penjualan Tahu Barokah terdapat peningkatan dan penurunan penjualan tahu pada beberapa bulan di tahun

2019, seperti pada 10 bulan tahun 2019 penjualan tahu Barokah sangat Stabil tetapi diketahui bahwa terdapat dua bulan sisanya penjualan Tahu Barokah terdapat penurunan, hal ini tentunya dapat di sebabkan oleh beberapa faktor baik internal usaha tahu atau eksternal konsumen dan lingkungan Desa Sukaramai.

Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar merupakan salah satu daerah kalangan industri pengrajin tahu, yang merupakan salah satu bentuk usaha pengrajin yang telah lama dilakukan sebagai bahan makanan konsumsi bagi pemenuhan keluarga sehingga sistem pembuatan tahu telah dikuasai sepenuhnya oleh usaha Tahu Barokah. Dari uraian latar belakang masalah dapat di ketahui beberapa fenomena yang terjadi dalam permasalahan tersebut yaitu :

- 1) Pengiriman bahan baku tahu sering mengalami keterlambatan pengiriman jadi terhalang saat memproduksi tahu yang harus dalam satu bulan bisa memproduksi 3.900 ember karena ada kendala pengusaha hanya bisa memproduksi 3.780 sampai 1.008 ember saja perbulan karena di pengaruhi oleh faktor cuaca, misalnya seperti hujan yang mengakibatkan jalan rusak dan becek sehingga kendaraan susah untuk keluar masuk ke lokasi tersebut
- 2) Usaha tahu barokah dari tahun 2000 sampai 2019 hanya memiliki 1 mesin pengiling yang mengakibatkan lambatnya dalam pengolahan dan produksi pembuatan tahu.

- 3) Kurangnya jumlah pegawai atau tenaga kerja yang dimiliki usaha Tahu Barokah sehingga menghambat pengerjaan produksi tahu, dan dalam pemasarannya
- 4) Penjualan tahu masih menggunakan plastik transparan karena kurang pengetahuan pengusaha dalam bidang pemasaran, sehingga susah untuk berkembang melalui pesanan online dikarenakan produksi tahu belum mempunyai label atau merek di kemasan,
- 5) Peningkatan dalam proses pemasarannya tergolong lambat dan sempit, seperti ditahun 2000 tahu barokah masih dipasarkan 1 pasar saja yaitu pasar sukaramai sedangkan di tahun 2019 tahu barokah mengalami peningkatan ke beberapa pasar yaitu pasar Sukaramai, pasar kasikan dan pasar Sp. Tetapi seharusnya dari umur usaha yang mencapai 20 tahun maka seharusnya Tahu Barokah telah memasarkan produknya hingga kepada beberapa Kecamatan lainnya atau tingkat Kabupaten.

Setelah menjelaskan permasalahan dan fenomena yang terjadi maka dengan adanya penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan serangkaian penelitian dengan judul: **"Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar"**

B. Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah **"Bagaimana Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar?"**.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengembangan Usaha Pabrik Tahu Barokah Di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar.

2. Manfaat penelitian

a. Bagi Penulis

Di harapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan ajaran menambah wawasan untuk mengetahui secara langsung pengembangan usaha pembuatan tahu dari berbagai sudut pandan .

b. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat di jadikan ajuan bagi pengrajin tahu didesa sukaramai kecamatan Tapung hulu kabupaten kampar dalam mengembangkan bisnisnya

c. Bagi Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan referensi pemikiran bagi ilmu ekonomi pada umumnya dan strategi pengembangan bisnis pada khususnya, serta pada penelitian seterusnya tentang strategi pengembangan bisnis.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, maka penulis mengambil beberapa konsep teori yang diperlukan sebagai landasan teori yang dijadikan titik tolak pada permasalahan yang sedang dibahas.

1. Konsep Administrasi

Charles A. 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*” yang artinya ”suatu pertolongan atau pemberi jasa” Administrasi merupakan bagian dari Ilmu sosial yang mempelajari interaksi antara manusia dengan manusia lainnya dalam melakukan kerjasama (*cooperative*) melalui penggunaan sarana dan sumber daya yang terbatas. Administrasi adalah rangkaian kegiatan perbuatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam suatu kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu, melayani, mengarahkan dan mengatur semua kegiatan organisasi dalam mencapai tujuan secara tertib, efisien dan efektif.

Administrasi dalam arti sempit merupakan penyusunan dan pencatatan informasi secara sistematis dengan maksud untuk menyediakan keterangan serta memudahkan memperolehnya kembali secara keseluruhan dan dalam hubungan satu sama lain. Data dan informasi yang dimaksud berhubungan dengan aktifitas organisasi, baik untuk kepentingan internal dan eksternal.

Administrasi dalam arti luas yaitu kegiatan kerja sama yang dilaksanakan oleh sekelompok orang berdasarkan dalam pembagian kerja sebagian kerja sebagaimana ditentukan dalam struktur dengan mendaya gunakan sumber-sumber untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Lebih jelas Pengertian Administrasi menurut Siagian (2015:2) Administrasi sebagai keseluruhan proses kerjasama antara dua orang atau lebih didasarkan atas rasionalitas tertentu dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut The Liang Gie (2008: 42) administrasi dalam pengertian kedudukan dan ilmu administrasi adalah segenap rangkaian kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok yang dilaksanakan oleh sekelompok orang dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Selanjutnya menurut Dwight Waldo (dalam Mulyono, 2008: 44) Administrasi adalah bentuk daya upaya manusia yang kooperatif, yang mempunyai tingkat rasionalitas yang tinggi.

Administrasi sebagai ilmu, proses dan kegiatan memiliki unsur-unsur administrasi yang dikemukakan oleh Siagian (dalam Mulyono, 2008:46) adalah sebagai berikut:

- a) Manusia
- b) Tujuan
- c) Kerjasama
- d) Kegiatan yang akan dilakukan
- e) Peralatan atau perlengkapan

Dari pengertian beberapa ahli diatas maka dapat di simpulkan administrasi ialah kerjasama yang di lakukan oleh dua orang atau lebih yang di lakukan dalam

suatu perusahaan atau usaha sebagai kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan.

2. Konsep Organisasi

organisasi merupakan lokus atau lokasi serta tempat dimana administrasi di terapkan, dan berkembang atau dimana kerjasama di laksanakan. Keberadaan setiap studi aspek administrasi itu dimaksudkan untuk memberikan dukungan kepada kebijakan manajerial dan operasional organisasi dalam rangka meningkatkan efektifitas dan efesiensi perusahaan

Organisasi sebagai tempat dimana administrasi dilaksanakan baik sebagai proses maupun pengelolaan sesuai dengan tugas dan fungsinya. Sebagai sebuah proses administrasi melaksanakan setiap bentuk aktivitas atau kegiatan organisasi. administrasi dalam organisasi memiliki tujuan melaksanakan fungsi dan tugas bagian dalam organisasi dengan efektif dan efisien

Organisasi adalah proses untuk merancang struktur, mengelompokan, dan mengatur serta membagi tugas diantara para anggota untuk mencapai tujuan. Dua aspek utama dalam organisasi yaitu departementasi dan pembagian kerja yang merupakan dasar proses pengorganisasian. Menurut Robins (2001), organisasi merupakan hubungan unit sosial yang memiliki anggota dua orang atau lebih yang dikordinasikan untuk mencapai sejumlah tujuan.

Schein (2002) menjelaskan organisasi merupakan koordinasi sebuah kegiatan manusia yang telah di rencanakan untuk mencapai maksud dan tujuan tertentu bersama melalui pembagian tugas dan fungsi serta melalui serangkaian wewenang dan tanggung jawab.

Gibson (1997), menjelaskan bahwa pengertian organisasi merupakan satu kesatuan yang memungkinkan masyarakat mencapai satu tujuan yang tidak dapat di capai melalui tindakan individu secara terpisah. Selanjutnya Siagian (2015:6) mendefisikan organisasi sebagai setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja bersama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat seorang atau beberapa orang yang disebut atasan dan seorang atau sekelompok orang yang disebut bawahan. Adapun pengertian organisasi dapat di lihat dari beberapa pandangan antara lain:

- a. Sebagai tempat di mana kegiatan administrasi di laksanakan dan di jalankan
- b. Sebagai tempat atau wadah interaksi dan jenjang jabatan orang-orang dalam ikatan formal.

Organisasi di lihat sebagai rangkaian struktur sebagai tatacara bagaimana tugas di kelompokkan dan di bagi. Robbins (2002:132-140) menyatakn terdapat beberapa unsur yang membentuk struktur organisasi, antara lain:

- a. Spesialis kerja, merupakan pembagian tugas menjadi pekerjaan yang terpisah sesuai dengan kemampuan individu
- b. Depertermentalisasi, merupakan pengelompokkan pekerjaan dalam suatu bidang dan sub bidang sesuai dengan kebutuhan organissi
- c. Rantai komando, merupakan rantai dan garis koordinasi, tanggungjawab dan wewenang dari pimpinan top administrator ke middle dan lower manajemen atau dari keputusan dari pimpinan kepada pegawai pada tingkatan di bawah untuk di laksanakan

- d. Rantai kendali, merupakan tata cara pengawasan, koordinasi dan evaluasi dari manajer kepada bawahannya agar dapat di arahkan secara efektif dan efisien
- e. Setralisasi dan desentralisasi, yaitu keputusan yang di ambil dan di pusatkan pada pucuk pimpinan, sedangkan desentralisasi yaitu keputusan yang diberikan kepada manajemen tingkat tengah dan bawah untuk ikut mengambil keputusan
- f. Formalisasi, merupakan keputusan-keputusan mengenai tatacara kerja dan peraturan dalam organisasi juga mengenai pekerjaan yang dilakukan dalam organisasi tersebut.

Dari beberapa pengertian organisasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan lokus, tempat atau wadah dimana sekumpulan orang melakukan kerjasama yang ditetapkan secara formal dan pembagian tugas masing-masing bagian dan bidang untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan sebelumnya.

3. Konsep Manajemen

Lahirnya konsep manajemen merupakan suatu ilmu yang bergerak suatu organisasi, baik organisasi public maupun organisasi pribadi. kita mengetahui manajemen dapat diartikan seorang pemimpin mengerakkan bawahannya begitu juga bawahan harus mengerti atau paham dengan apa yang telah di perintahkan oleh pemimpinnya. Manajemen berasal dari perkataan *manage to man*. kata *manage* berarti mengatur atau mengelola, sedangkan kata man "manusia". Kalau kedua kata tersebut digabungkan manajemen berti "mengelola atau mengatur manusia."

Istilah manajemen (*management*) telah diartikan berbagai pihak dengan prespektif yang berbeda, misalnya pengolahan, pembinaan, ketelaksanaan, kepemimpinan, ketatapengurusan, administrsi, dan sebagian berikut beberapa pendapat para ahli mengenai perhatian manajemen antara lain:

- a. Pengertian manajemen menurut Hasibuan: Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan (Karyanto, 2016: 2)
- b. Pengertian manajemen menurut Siagian adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh hasil dalam rangka mencapai tujuan melalui kegiatan orang lain (Mulyono, 2008: 18)
- c. Pengertian manajemen menurut Terry merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan oleh manajemen puncak suatu organisasi sebagai alat pengelola sumber daya organisasi untuk serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (Effendi, 2015).
- d. Fungsi-fungsi manajemen menurut Terry (Effendi, 2015) adalah *Planning*, menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan.

Organizing, mengelompokan dan menentukan berbagai kegiatan penting dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tersebut.

- a. *Staffing*, menentukan keperluan-keperluan sumber daya manusia, pengarahan penyaringan, latihan, dan pengembangan tenaga kerja.
- b. *Motivating*, mengarahkan atau metalurkan perilaku manusia atau dorongan kepada bawahan agar mengerjakan kegiatan yang telah ditetapkan.
- c. *Controlling*, mengadakan penyelidikan dan perbandingan dari pada dengan rencana-rencana serta mengadakan pembetulan dari pada penyimpangan-penyimpangan yang mungkin terjadi.

Manulang (2001; 5) memandang manakjemen sebagai Sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan meliputi:

1. Man
Yaitu manusia atau sumber daya manusia yang biasa di sebut pegawai, tenaga kerja maupun karyawan, mulai dari pimpinan puncak, manajer hingga ke staff merupakan SDM dalam organisasi, keseluruhan aktivitas organisasi dilakukan oleh manusia atau pegawai seperti perencanaan, pengorganisasian, pengelompokan kerja maupun pengawasan
2. Money
Yaitu uang dalam setiap aktivitas, kebijakan serta program dan penerapan strategi organisasi di butuhkan anggaran atau uang untuk membiayai kegiatan tersebut dan membayar gaji pegawai serta membeli perlengkapan kantor dan juga opsional kegiatan tersebut maka dari itu organisasi formal khususnya perusahaan tentunya harus memiliki anggaran dasar sebagai modal dalam beroperasi.
3. Material
Merupakan peralatan yang di perlukan organisasi untuk melaksanakan aktivitas pecapaian tujuan. Maka dari itu manajemen juga dapat disebut alat untuk mencapai tujuan.
4. Machines
Meurpakan alat berupa mesin yang di perlukan saat melakukan aktivitas organisasi, dapat berbentuk komputer, laptop maupun alat produksi
5. Metode
Merupakan tata cara yang di gunakan dalam kegiatan dalam mencapai tujuan. Metode dapat berbentuk aturan tata cara, strategi organisasi dalam beroperasi serta ketentuan yang berlaku di organisasi tersebut.

6. Market

merupakan pasar atau tempat untuk memasarkan dan menjual jasa atau produk yang dihasilkan oleh organisasi. Tanpa adanya pasar dan lokasi pemasaran maka untuk hasil produksi tidak dapat di jual dan tujuan perusahaan industri tidak mungkin akan tercapai.

Berdasarkan defenisi diatas mengenai manajemen maka dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan pengelolaan sumber daya organisasi yang terdiri atas manusia, material, manchine dan uang dengan cara merencanakan, mengarahkan, mengendalikan yang dilakukan secara terus menerus seperti siklus dan teratur untuk mencapai tujuan yang di tetapkan oleh organisasi secara efektif dan efisien.

4. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan analisis, perencanaan, penawaran, produk/jasa, dan pengendalian progam-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 (1999: 8) mengemukakan bahwa definisi pemasaran adalah suatu proses social dan manajeral yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butukan dan inginkan, dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengai pihak lain. Menurut AMA (*American Marketing Association*) (dalam Buchari Alma, 2016: 3) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang, jasa, dan ide dapat memuaskan pelanggan dan tujuan perusahaan.

Menurut Marjo (dalam Supriyanto, 2010: 4) mendefinisikan pemasaran sebagai satu fungsi manajemen yang bertanggung jawab untuk identifikasi,antisipasi untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan menghaslakan kemampuan laba organisasi. Dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan bisnis yang saling berhubungan, yang ditujukan untuk merancang, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang kepada kelompok produksi. Pada umumnya pemasaran diciptakan untuk penjualan yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli, jadi tugas pemasaran ialah melakukan dan melaksanakan serta memilih lokasi pemasaran strategi untuk memperkenalkan dan menjual produk hasil produksi untuk penacapaian tujuan penjualan perusahaan.

Manajemen pemasaran menurut Assauri (1990: 6) merupakan usaha-usaha yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan pada pasar yang dituju (sasaran). Kotler (2008: 5-8) manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuh pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasi nilai pelanggan yang unggul. Sesungguhnya orang-orang pemasaran melakukan pemasaran dari 10 tipe entitas, yaitu:

1. Jasa
2. Pengalaman
3. Barang
4. Acara
5. Property
6. Orang
7. Tempat
8. Informasikan
9. Organisasi

10. Ide

Ben M. Enis (1974: 28) menjelaskan manajemen pemasaran merupakan sebuah proses peningkatan efektivitas dan efisiensi dari aktivitas marketing yang dilaksanakan oleh staff organisasi. Maka diketahui arti dari definisi tersebut ialah jika perusahaan ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produknya maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik yaitu dengan menempatkan SDM yang kreatif dan inovatif sebagai staff pemasaran sehingga kegiatan pemasaran bisa dilakukan sebaik mungkin.

Pada umumnya banyak orang yang beranggapan bahwa *marketing* adalah upaya untuk menjual barang atau produk perusahaan jumlah besar untuk menjual produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Namun pandangan itu terlalu sempit. Perusahaan memiliki tingkat harapan permintaan atas produk, mungkin permintaan cukup, permintaan tidak teratur atau lebih banyak permintaan, sehingga manajemen pemasaran harus mencari jalan untuk mengatasi keadaan permintaan yang berubah-ubah.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan manajemen pemasaran ialah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan menjual produk serta mencari relasi dan mitra dalam rangka penjualan. Arti sebaliknya dari manajemen pemasaran tidak hanya berhubungan dengan mencari dan meningkatkan permintaan, tetapi juga berubah atau bahkan menurunkan permintaan.

5. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan media penghubung antara perusahaan dengan konsumen. *Marketing* sebagai penghubung ini dapat berhasil apabila upaya kesemua upaya dari pemasaran ini di orientasikan kepada keinginan konsumen. Kemudian keterlibatan pihak-pihak dari manajemen atas hingga pada pegawai non manajerial sangat penting. Keikutsertaan mereka dapat sebagai pendukung dan perumus strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen, maka hal ini merupakan suatu hal yang harus dilakukan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan tidak bisa di tawar lagi. Adapun alasan tersebut menurut Lovelock (1991) antara lain:

- a. Upaya-upaya *strategic* yang harus dilakuakn dilakukan oleh manajemen puncak maupun bawah
- b. Merupakan aktifitas dan fungsi yang dapat dilakukan oleh *lower management* (hal tersebut seperti penetapan harga, upaya-upaya komunikasi, kebijakan produk, dan cara penyajian jasa pelayanan).
- c. Merupakan median dan sarana upaya agar menjadikan semua bagian dalam perusahaan dapat berorientasi kepada konsumen.

Lupiyoadi (2001: 6) menyatakan organisasi ang memberikan jasa sebagai bentuk operasinya dengan memberikan konsumen berupa pelayanan yang prima dapat berbentuk atau tidak, hal ini dapat di contohkan seperti hiburan, transportasi, pendidikan dan restoran. Maka dari beberapa defenisi diatas dapat diketahui bahwa dalam pemberian jasa kepada konsumen terdapat aspek interaksi atau komunikasi antara perusahaan sebagai pemberi jasa dan konsumen sebagai

penerima jasa, meskipun kedua belah pihak tidak menyadari satu sama lain. tetapi banyak juga dari kita yang tidak mengetahui bahwa jasa dapat berbentuk aktivitas dan proses yang tidak berwujud seperti pelayanan. Ada empat karakteristik produk jasa menurut Fandy Tjiptono (2000:15-18) yaitu:

- a. *Intangibility*, jasa bersifat intangible, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar.
- b. *Inseparability*, jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen pada prosesnya .
- c. *Varianility*, ialah jasa yang bersifat sangat bervariasi dikarenakan merupakan *non standardized output* artinya jasa yang memiliki banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
- d. *Perishability*, jasa merupakan komoditas tidak tahan tidak dapat disimpan.

Karakteristik utama jasa menurut Zeithaml (1985) terdiri atas *perishability*, *heterogeneity*, *intangibility* dan *inseparability*. Keempat karakteristik ini berdampak *strategic* pada sejumlah masalah utama:

1. Masalah-masalah berkaitan dengan karakteristik *intangibility*:
 - Jasa tidak dapat dilindungi
 - Jasa tidak biasa disimpan
 - Harga jasa sukar ditetapkan
 - Perusahaan Jasa tidak dapat dengan mudah dan cepat menunjukkan atau mengkomunikasikan suatu jasa

2. Masalah-masalah berkaitan dengan karakteristik *inseparability*
 - Produksi massa yang terpusat sangat sukar dilakukan dalam Jasa
 - Aktifitas pemasaran dan produksi jasa sangat interaktif
 - Konsumen terlihat dalam aktifitas produk jasa
3. Masalah berkaitan dengan karakteristik *variability*
 - Sangat sulit melakukan standarisasi dan pengendalian kualitas jasa
4. Masalah berhubung dengan karakteristik *perishability*
 - Jasa tidak dapat disimpan

6. Pengembangan usaha

Pengembangan usaha secara umum dapat di jelaskan kegiatan suatu perusahaan, badan, organisasi atau usaha itu sendiri untuk mengembangkan usahanya baik dari segi modal, SDM, pemasaran dan produksi agar dapat meningkatkan pendapatan usaha tersebut. Maka dari itu tanggung jawab dari setiap pemilik usaha ialah pengembangan usaha dengan menetapkan strategi yang kreatif dan inovatif serta visi yang jelas dan terarah. (Anoraga, 2007; 66),

Apabila hal tersebut bisa dilakukan oleh setiap, maka bukan tidak mungkin usaha yang sebelumnya kecil dapat berkembang menjadi lebih besar dan pembentukan cabang-cabang yang baru. Pada umumnya aktivitas suatu bisnis biasanya dimulai dari merintis usaha, membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha dan bekerjasama dengan orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising.

Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar berjalan dan bertahan dengan baik. Untuk

melaksanakan pengembangan bisnis di butuhkan dukungan dari beberapa aspek bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain. Menurut Pandji Anoraga (2011) ada beberapa aspek yang mempengaruhi prospek pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) diantaranya adalah :

1. Aspek permodalan

Aspek permodalan ialah anggaran dasar yang dimiliki oleh perusahaan baik dari segi keuangan dan aset, modal biasanya bersumber dari pengusaha itu sendiri, setiap bentuk usaha memerlukan modal awal untuk membeli peralatan, mesin dan memberikan upah kepada pegawainya, apabila usaha tersebut tidak memiliki modal maka aktivitas usaha tersebut tidak dapat dilakukan dan berkembang.

2. Aspek produksi

- a. Bahan baku

Bahan baku ialah bahan dasar yang di gunakan usaha untuk membuat produknya, bahan baku diperlukan setiap harinya untuk melakukan kegiatan produksi maka dari itu biasanya baha baku di sediakan oleh pengusaha secara terus menerus untuk memproduksi barang setiap harinya, biasanya pengusaha menggunakan bahan baku yang berasal dari sekitar lokasi usaha atau lokal agar dapat mempermudah memenuhi kebutuhan dasar produksi. Sehingga dapat menjadi antisipasi apabila terjadi kelangkaan bahan baku dipasaran.

b. Tenaga kerja

Merupakan aspek pelaksana aktivitas usaha yang kesemuanya terdiri dari karyawan perusahaan, tetapi pada umumnya untuk industri kecil seperti UMKM pegawai yang dimiliki berpendidikan rendah, maka dari itu diperlukan pelatihan untuk menciptakan tenaga kerja dapat lebih kreatif dan inovatif sehingga kerja yang dilakukannya dapat efektif dan efisien.

c. Alat produksi

Alat produksi merupakan peralatan yang digunakan oleh pengusaha untuk aktivitas produksinya umumnya alat produksi berbentuk mesin sebagai alat pemroses bahan baku menjadi produk usaha pada umumnya alat produksi pada skala kecil masih tergolong tradisional dan tua maka dari itu dibutuhkan pembaruan alat produksi yang lebih baru dan berkualitas serta SDM yang memupuni dalam operasionalnya.

3. Aspek pemasaran

Pemasaran merupakan cara dan upaya perusahaan dalam mengenalkan produk yang di hasilkan dengan cara promosi baik melalui media dan secara langsung melalui merk yang di bentuk pada kemasan produk, pemasaran juga dapat berbentuk pemotongan harga atau diskon dalam pembelian yang banyak dan mengikuti pameran-pameran yang di laksanakan baik oleh swasta maupun pemerintah.

4. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan aspek pelaksana aktivitas usaha yang kesemuanya terdiri dari karyawan perusahaan, tetapi pada umumnya untuk industri kecil seperti UMKM pegawai yang dimiliki berpendidikan rendah, maka dari itu diperlukan pelatihan untuk menciptakan tenaga kerja dapat lebih kreatif dan inovatif sehingga kerja yang dilakukannya dapat efektif dan efisien.

B. Penelitian terdahulu

No	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1	2	3	4	5
1	Analisis Pengembangan Usaha Emping Melinjo Yang Memperoleh Kredit Dari Koperasi Tani Rejo Kecamatan Limping Kabupaten Batang	Pengembangan Usaha	Deskriptif Kuantitatif	Permasalahan Yang Diperoleh Yaitu: Bahwa Modal,Produksi, Omset Penjualan, Jam Kerja Serta Keuntungan Langsung Berpengaruh Terhadap Pengembangan Usaha
2	Analisis Pengembangan Usaha Kerajinan Sentra Pandai Besi Amanah Di Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar	Pengembangan usaha	Deskriptif Kuantitatif	Sentra Besi Amanah Belum Mengalami Pengembangangan, Hal Ini Disebabkan Oleh Beberapa Paktor Yang Menjadi Penghambat Diantaranya Adalah Sumber Modal Sentra Pandai Besi Amanah Menggunakan Modal Dari Kelompok Masing-masi Yang Membeli Bahan Baku
	Pengembangan UMKM Untuk	Pengembangan UMKM	Desriptif, Kuantitatif	Permasalahan Yang Di Hadapi Yaitu: Lemahnya

3	percepatan peningkatan ekonomi daerah di Kabupaten Indragiri Hulu Propinsi Riau			Sruktur Permodalan, Ketersediaan Bahan Baku Serta Kesulitan Dalam Pemasaran, Terbatasnya Penguasaan Teknologi Dan Lemahnya Organisasi Menejemen Usaha, Serta Kurangnya Kuantitas Dan Menejemen Usaha, Serta Kurangnya Kuantitas Dan Kuantitas Sumberdaya Manusia
4	Strategi pengembangan Industri Kecil Gula Aren Di Kecamatan Limbang Kabupaten Kendal	Pengembangan Usaha	Deskriptif kuantitatif	Permasalahan Yang Di Peroleh Yaitu: Bahwa Jalur Pemasaran Pada Industri Kecil Gula Aren Masi Pendek. Pengerajin Tidak Pernah Malakukan Promosi Dan Permodalan Yang Dimiliki Industri Kecil Gula Aren Berasal Dari Pengerajin Sendiri Belum Ada Bantuan Sendiri
5	Staregi pengembangan usaha gula di kabupaten Aceh Tenggara	Pengembangan Usaha	Deskriptif kuantitatif	Permasalahan yang di peroleh ya itu : bahwa pemerintah daerah sebagai pengambil kebijakan yang berpengaruh positif maupun negative secara signifikan terhadap pengembangan usaha gula kelapa aren dan sifatnya tidak dapat di kendalikan oleh organisasi pemerintah daerah dan organisasi pelaku gula aren. Pembinaan intensif bagi pengusaha gula aren dukungan sarana dan prasarana serta rendahnya produktivitas pengusaha gula aren

Dokumen ini adalah Arsip Miitik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

C. Kerangka Pikir

Kerangka Pikir di maksudkan untuk memberi gambaran yang lebih rinci mengenai variable penelitian beserta terperinci dan terpercaya indikator-indikator yang terkait di dalam variabel penelitian. Dalam hal ini variabel-variabel pengawasan kerangka pikiran pada variabel penelitian ini tentang "Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar" secara lebih rinci dapat dilihat pada bagan di bawah ini

Gambar II. 1. Kerangka pikir tentang Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung hulu Kabupaten Kampar



D. Konsep operasional

Konsep operasional merupakan penarapan teori sebagai pengukuran pasti dalam suatu penelitian dengan melakukan penerapan defenisi faktual dan jelas agar tidak terjadi kesalah pahaman mengenai variabel dan indikator dalam penelitian ini, konsep operasional dalam penelitian ini di jadikan dalam bentuk defenisi masing-masing aspek dalam penelitian ini. Maka dari itun untuk lebih jelasnya konsep oprasional dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Organisasi merupakan lokus, tempat atau wadah dimana sekumpulan orang melakukan kerjasama yang ditetapkan secara formal dan pembagian tugas masing-masing bagian dan bidang untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan sebelumnya.
2. Manajemen merupakan pengelolaan sumber daya organisasi yang terdiri atas manusia, material, manchine dan uang dengan cara merencanakan, mengarahkan, mengendalikan yang dilakukan secara terus menerus seperti siklus dan teratur untuk mencapai tujuan yang di tetapkan oleh organisasi secara efektif dan efisien
3. Pemasaran adalah kegiatan industri pabrik tahu barokah di Desa kecamatan Tapung Hulu dalam bentuk upaya mengenalkan produk yang di hasilkan dengan cara promosi baik melalui media dan secara langsung melalui merk yang di bentuk pada kemasaaan produk, pemasaran juga dapat berbentuk pemotongan harga atau diskon dalam pembelian yang banyak dan mengikuti pameran-pameran yang di laksanakan baik oleh swasta maupun pemerintah.

4. Pengembangan usaha adalah kegiatan suatu usaha untuk mengembangkan usahanya baik dari segi modal, SDM, pemasaran dan produksi agar dapat meningkatkan pendapatan usaha tersebut. Maka dari itu tanggung jawab dari setiap pemilik usaha ialah pengembangan usaha dengan menetapkan strategi yang kreatif dan inovatif serta visi yang jelas dan terarah
5. Aspek permodalan adalah sumber awal yang berupa uang yang di gunakan oleh industri terkhususnya usaha tahu barokah guna menjalankan usahanya sehari-hari sehingga kedepannya dapat bersaing dan berkembang.
6. Aspek produksi adalah menjadi salah satu faktor pendukung berjalannya sebuah usaha, adapun yang menjadi aspek produksi usaha tahu barokah berdiri dari bahan baku, tenaga kerja, alat produksi.
7. Aspek Sumberdaya Manusia merupakan pelaksana aktivitas usaha yang kesemuanya terdiri dari karyawan perusahaan, tetapi pada umumnya untuk indutri kecil seperti UMKM pegawai yang dimiliki berpendidikan rendah, maka dari itu diperlukan pelatihan untuk menciptakan tenaga kerja dapat lebih kreatif dan inovatif sehingga kerja yang dilakukannya dapat efektif dan efisien.

E. Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel, uraian konsep, variabel, indikator, dan skala yang dirancang untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan akurat. Tujuan operasional variabel ini adalah lebih

menjelaskan mengenai konsep-konsep utama, dalam penelitian ini dan pengeompokkan item penilaian yang mana sebagai batasan-batasan penilaian.

Untuk lebih jelasnya mengenai konsep variabel analisis pengembangan usaha tahu barokah di desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel II.1. Operasional Variabel Penelitian Tentang Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah Di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala pengukuran
1	2	3	4	5
Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007; 66)	Pengembangan Usaha	a. Aspek Permodalan b. Aspek Produksi c. Aspek Pemasaran d. Aspek SDM	a. Sumber Permodalan b. Manajemen Pembukuan c. Alat produksi a. Bahan Baku b. Tenaga Kerja c. Desain produk a. Merek b. Harga Produk c. Promosi a. Pelatihan b. Kuantitas SDM c. Kualitas SDM	a. Terlaksana b. Cukup terlaksana c. Kurang terlaksana a. Terlaksana b. Cukup Terlaksana c. Kurang terlaksana a. Terlaksana b. Cukup Terlaksan c. Kurang terlaksana a. Terlaksana b. Cukup terlaksana c. Kurang terlaksana

Sumber: Modifikasi Penulis, 2020

Berdasarkan operasional variabel diatas dapat dijabarkan bahwa dari konsep Analisis berdasarkan dari Kerangka Pikir diatas, maka terdapat variabel Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung hulu Kabupaten Kampar. Analisis yang terdiri dari beberapa indikator kajian penelitian antara lain Aspek Permodalan, Aspek Produksi, dan aspek Pemasaran

F. Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran dilakukan dengan tujuan agar lebih menjelaskan keakuratan penetapan hasil penelitian dalam bentuk persentase serta pengukuran yang jelas, dalam penelitian ini ukuran dan kategori penilaian ditetapkan menjadi terlaksana, cukup terlaksana dan kurang terlaksana. Pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan rata-rata dan persentase untuk menetapkan kategori setiap indikatornya. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada pembagian dibawah ini:

1. Ukuran Variabel

Terlaksana : Apabila penilaian terhadap indikator Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar 67-100%

Cukup Terlaksana : Apabila penilaian terhadap indikator Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar 34-66%

Kurang Terlaksana : Apabila penilaian terhadap indikator indikator Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa

Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten
Kampar 0-33%.

2. Indikator Variabel

a. Aspek permodalan dapat dikatakan :

Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek Permodalan yakni penggunaan Bahan baku Kacang Kedelai yang digunakan untuk pembuatan tahu berada pada skala 67-100%

Cukup Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek Permodalan yakni penggunaan Bahan baku Kacang Kedelai yang digunakan untuk pembuatan tahu berada pada skala 34-66%

Kurang Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek Permodalan yakni penggunaan Bahan baku Kacang Kedelai yang digunakan untuk pembuatan tahu berada pada skala 0-33%

b. Aspek Produksi dapat dikatakan :

Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap aspek Produksi sesuai dengan bagaimana kualitas tahu yang dibuat berada pada skala 67-100%

Cukup Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap aspek Produksi sesuai dengan bagaimana kualitas tahu yang dibuat pada skala 34-66%

Kurang Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap aspek Produksi sesuai dengan bagaimana kualitas tahu yang dibuat pada skala berada pada skala 0-33%

c. Aspek Pemasaran dapat dikatakan :

Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek Pemasaran yakni Bagaimana sistem pemasaran atau penjualan tahu pada skala 67-100%

Cukup Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek Pemasaran yakni Bagaimana sistem pemasaran atau penjualan tahu pada skala 34-66%

Kurang Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek Pemasaran yakni Bagaimana sistem pemasaran atau penjualan tahu pada skala skala 0-33%

d. Aspek SDM dapat dikatakan

Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek SDM yakni Bagaimana Kuantitas dan kualitas SDM tahu pada skala 67-100%

Cukup Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek SDM yakni Bagaimana Kuantitas dan kualitas SDM pada skala 34-66%

Kurang Terlaksana : Apabila hasil persentase jawaban responden terhadap Aspek SDM yakni Bagaimana Kuantitas dan kualitas SDM pada skala skala 0-33%



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Pada penelitian ini di gunakan tipe penelitian survey dengan pendekatan deskriptif dan metode kuantitatif yang akan berguna untuk mendeskripsikan keadaan yang sebenarnya mengenai apa yang terjadi saat dilakukannya penelitian, adapun cara yang dilakukan dalam pengumpulan data antara lain, pengumpulan data dengan kuesioner dan mengklasifikasi serta menganalisa sehingga diperoleh hasil sesuai dengan masalah penelitian.

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan filsafat polotivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono 2017; 8). Alasan penulis menggunakan tipe ini adalah untuk mengetahui secara jelas dan konkrit Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada industri usaha tahu barokah yang beralamat di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar. Alasan penulis melakukan penelitian di lokasi ini karena industry tahu barokah merupakan satu-satunya pabrik industry tahu yang berada Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar yang sudah lama berdiri dan beroperasi yang

menghasilkan tahu berkualitas untuk di konsumsi yang tidak kalah oleh tahu yang berada di pasaran.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiono (2017;80) menjelaskan populasi adalah generalisasi yang terdiri dari atas objek dan subjeknya yang mempunyai kuanlitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Sehngga dapat diketahui bahwa populasi merupakan keseluruhan subjek dan objek yang ditetapkan oleh peneliti untuk di lakukan analisa dan observasi yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu sesuai dengan keperluan penelitian.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiono (2017;81) adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang ditetapkan untuk di pelaari oleh peneliti. Kesemua sampel penelitian yang diambil oleh peneliti harus memiliki karateristik yang mewakili atau repretative dan beruhububngan dengan objek penelitian. Untuk lebih jelas mengenai sampel penelitian ini antara lain dapat dari tabel berikut:

Tabel III. 1. Populasi dan Sampel penelitian

No	Sub Populasi	Populasi	Sampel	Presentasi
1.	Bagian bendahara	1	1	100%
2.	Karyawan bagian produksi	3	3	100%
3.	Karyawan bagian pembungkusan	3	3	100%
4	Karyawan bagian pengantaran	2	2	100%
Jumlah		9	9	100%

Sumber: Hasil olahan Penulis, 2020

Teknik sampling yang dipakai untuk menentukan masyarakat yang ada di Desa Sukaramai dengan menggunakan sampling sensus yaitu seluruh karyawan tahu Barokah yang berjumlah 9 orang, adapun alasan penggunaan sensus dikarenakan jumlah karyawan tahu barokah berjumlah sedikit dan mudah untuk di jumpai pada satu tempat yaitu di pabrik tahu barokah Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu, sedangkan untuk pemilik di jadikan informan penelitian.

D. Teknik Penarik Sampel

Teknik penarikan sampel yaitu cara pemilihan sejumlah elemen dari populasi untuk menjadi anggota sampel sehingga setiap elemen mendapat kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah teknik sensus sampling. Adapun yang dikatakan dengan sensus sampling adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiono, 2017;122) Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil. Sedangkan jumlah keseluruhan populasi yaitu 9 dan semua populasi karyawan tersebut dijadikan sampel, kemudian pemilik usaha tahu Barokah di jadikan informan penelitian.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer menurut Sugiono (2013;193) adalah “sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data”. Yang bersifat pendukung saja, bukan data olahan. Data primer ini penulis peroleh

langsung dari lapangan dengan bertanya kepada pemilik Usaha Tahu arokah yang ada di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung hulu Kabupaten Kampar.

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiono (2013;193) adalah” sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data”. Misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Peneliti juga mengambil data-data relevan dari internet sesuai data yang diperlukan untuk memperjelas penelitian yang dilakukan.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data diperoleh penulis dari berbagai penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Teknik Wawancara

Teknik wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam penelitian, cara ini digunakan untuk mendapatkan informasi dan data dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertahap muka. Dalam penelitian ini peneliti mempersiapkan dan membuat pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan diajukan kepada responden sebagai alat bantu untuk memperoleh dan mengumpulkan data informasi. Dalam teknik pengumpulan data ini peneliti mewawancarai pemilik usaha sebagai informasi.

2. Dokumentasi

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

3. Teknik kuesioner

Teknik kuesioner menurut Sugiono (2017;142) adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaannya atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya tentang Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis deksriptif yaitu dengan menganalisa hasil penyebaran kuesioner kemudian menggambarkan hasil analisa secara deskriptif tanpa dilakukan generalisasi. Penajian data dilakukan secara tabulasi dan penjelasan yang dilakukan secara deskriptif agar dapat lebih menjelaskan hasil penelitian. Selanjutnya dari hasil analisa tersebut, diambil kesimpulan dan diakhiri dengan memberikan saran yang dianggap perlu untuk pengembangan Usaha Tahu Barokah.

H. Jadwal Kegiatan penelitian

Jadwal waktu kegiatan penelitian tentang Tentang Analisis Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel III.2 Jadwal Kegiatan Pelaksanaan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke																				
		juni				juli				agustus				september				Oktober				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Peyusunan Up																					
2	Seminar up																					
3	Revisi up																					
4	Revisi Quisioner																					
5	Rekomendasi Survey																					
6	Survey Lapangan																					
7	Analisis Data																					
8	Penyusunan Laporan Hasil (Skiprisi)																					
9	Konsultasi Revisi Skripsi																					
10	Ujian Konfrehensif																					
11	Revisi Skripsi																					
12	Penggandaan Skripsi																					

Sumber: Modifikasi penulis, 2020

BAB IV

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu

1. Sejarah Desa Sukaramai

Desa sukaramai merupakan salah satu desa yang terletak di kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar yang berstatus sebagai desa defenitif yang merupakan hasil dari pemekaran desa Sinama Nenek yang di lakukan pada tahun 2002, luas dari Desa Sukaramai yaitu 6750 Ha yang terdiri dari perkebunan, pertanian, tanah ulayat dan pemukiman penduduk. Desa Sukarami dikelilingi oleh beberapa desa lainnya.

Desa Sukaramai memiliki jarak ke Ibu Kota Kecamatan yaitu 20 KM kemudian ke Ibu Kota Kabupaten sejauh 50 KM, Desa Sukaramai terdiri dari 4 dusun yang terdiri dari 14 RW dan 57 RT. Berikut daftar jumlah RT/RW berdasarkan Dusun:

Tabel. IV. 1. Daftar dusun dan Jumlah RW dan RT di Desa Sukaramai

No	Dusun	RW	RT
1	Dusun I Melati	3	13
2	Dusun II Mandiri	4	12
3	Dusun III Handayani	4	15
4	Dusun IV Sumber Makmur	3	12

Sumber: Kantor Kepala Desa Sukaramai, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pada desa Sukaramai terdiri dari 4 dusun dan pembagian RT dan RW yang cukup merata sesuai dengan luas pada masing-masing Dusun.

2. Demografi Desa sukaramai

Desa Sukarami di Kelilingi oleh beberapa Desa sebagai batas wilayah, adapun batas Desa Sukaramai antara lain sebagai berikut:

- a. Utara berbatasan dengan desa Sei kijang
- b. Barat berbatasan dengan desa Sumber sari.
- c. Selatan berbatasan dengan kusau makmur.
- d. Timur berbatasan dengan desa Patapahan.

Dari data yang di dapatkan melalui Kantor Kepala Desa Sukaramai diketahui bahwa pada tahun 2020 jumlah penduduk Desa Sukaramai mencapai 7.608 dan 1762 kepala Keluarga (KK) serta pembagian menurut jenis kelamin yaitu wanita berjumlah 3.692 orang dan laki-laki berjumlah 3.916 untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. IV. 2. Jumlah penduduk Desa Suuka Ramai berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	jumlah	Persentase
	Laki-laki	3916	51.4%
	Perempuan	3.692	48.5%
	Jumlah	7608	100%

Sumber: Kantor Kepala Desa Sukaramai, 2021

Dari data yang didapatkan diketahui bahwa pada tahun 2020 jumlah penduduk Desa Sukaramai mencapai 7608 jiwa dengan dominasi pada jenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 3916 dan perempuan berjumlah 3.692 jiwa yang tersebar secara merata pada 4 dusun.

3. Fasilitas Kesehatan

Fasilitas kesehatan sangat penting bagi daerah khususnya desa sebagai tingkat pertama pengendalian kesehatan masyarakat. Kemudian di Desa Sukaramai terdapat fasilitas kesehatan dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel. IV. 3. Jumlah Fasilitas kesehatan Desa Sukaramai

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Posyandu	2 Unit
2	Klinik KB	1 Unit
3	Puskesmas	2 Unit
Jumlah		5 Unit

Sumber: Kantor Kepala Desa Sukaramai, 2021

Maka dapat diketahui bahwa pada Desa Sukaramai memiliki Posyandu berjumlah 2 unit, klinik KB 1 unit dan Puskesmas 2 Unit yaitu Puskesmas Kecamatan dan Puskesmas Pembantu, yang mana cukup banyak di bandingkan dengan beberapa desa di Sekitar Desa Sukaramai.

B. Gambaran Singkat Usaha Tahu Barokah

Usaha tahu Barokah didirikan pada tahun 2000 dengan luas tanah $\pm 150m$ di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar, yang didirikan oleh Ibu Jumini yang mana memang dari usia remaja sudah tertarik dengan usaha khususnya pada panganan, dikeranakan panganan merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang akan selalu meningkat seiring perkembangan jaman bidang yang di tekuni oleh Ibu Jumini adalah jenis makanan pokok yaitu Tahu.

Nama “barokah” diambil dari Arti Kata “barokah” itu sendiri yang ada makna “Nikmat” atau bermakna bertambah sesuatu “kebaikan” yang memang cita-cita Ibu Jumini ingin membuat Tahu yang nikmat untuk di jual dinikmati oleh

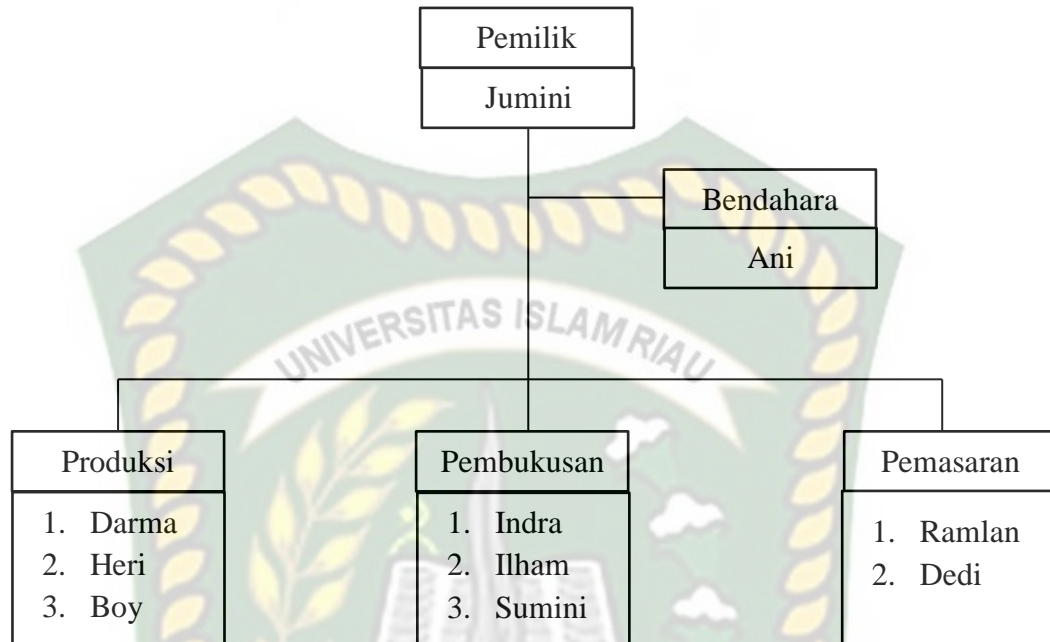
masyarakat sekitar. Diharapkan dari nama tersebut usaha tahu barokah menjadi berkah dan nikmat seta kbaikan gai setiap orang yang mengkonsumsi tahu barokah sehingga dapat menjadi pilihan utama tahu di Desa Sukaramai dan Kecamatan Tapung pada umumnya.

Pada lokasi usaha tahu barokah di sediakan memebara sarana bagi karyawannya seperti ruang berukuran 4x5 M sebanyak satu ruangan yang dapat digunakan untuk tempat makan dan istirahat serta sholat yang cukup bersih. Omset/penghasilan yang didapat oleh perusahaan tahu Barokah setiap tahunnya juga selalu mengalami cukup peningkatan, kemudian usaha tahu Barokah memasarkan produknya di pasar-pasar tradisional yaitu Pasar Sukaramai, Pasar Kasikan, dan Pasar SP. Saat ini pemasaran tahu Manalagi sudah tersebar di lebih dari 3 pasar tradisional di Kecamatan Tapung Hulu.

C. Struktur Organisasi suaha Rahu Barokah Desa Sukaramai

Dalam pabrik tahu ini sudah terdapat pembagian/ pengelompokan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab dan jenis pekerjaan yang ada. Berikut ini struktur organisasi Usaha tahu Barokah Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu.

Gambar. IV. 1. Struktur Organisasi Usaha Tahu Barokah Desa Sukaramai



Sumber: Hasil Wawancara, 2021

D. Tugas dan fungsi Organisasi Tahu Barokah Desa Sukaramai

Berdasarkan gambar di atas, maka dapat dijelaskan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian seperti tertera di bawah ini.

1. Pemilik

Pemilik, yaitu orang yang memimpin usaha tahu. Tugas pimpinan adalah sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab terhadap kegiatan sehari-hari, baik dalam administrasi maupun produk.
- b. Membuat perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan mengawasi kegiatan produksi
- c. Merumuskan dan menetapkan peraturan di dalam pabrik dan memberikan perintah kepada karyawan.

- d. Memotivasi karyawan agar bekerja dengan baik melalui kerjasama dan peningkatan keterampilan dalam mengolah tahu

2. Bendahara

Bendahara mempunyai tugas antara lain:

- a. Memberi upah kepada karyawan setiap bulannya
- b. Melaksanakan transaksi pembayaran kepada pihak yang memasok bahan baku kedelai.
- c. Mempunyai tanggung jawab atas biaya operasional yang dikeluarkan setiap bulan, untuk kelancaran produksi tahu.

3. Bagian produksi

Bagian produksi mempunyai tugas melakukan produksi. Mereka mempunyai tanggung jawab terhadap proses produksi.

4. Bagian pembungkusan

Bagian pembungkusan bertanggung jawab pembungkusan tahu.

5. Bagian pemasaran

Tugas bagian pemasaran adalah mengatur kegiatan pemasaran, dengan melakukan penjualan hasil produksi kepada konsumen, baik yang ada di sekitar Desa Sukaramai dan Kecamatan Tapung Hulu.

E. Sumber daya Organisasi

Usaha tahu barokah memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 9 orang yaitu laki-laki sebanyak 7 orang dan perempuan 2 orang, mengingat bahwa tahu barokah dengan tingkat usaha industri rumahan sehingga dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 9 orang yaitu 3 orang pada bagian produksi, 3 orang pada bagian

pembukusan serta 2 orang pada bagian pemasaran di bantu oleh bendahara yang dari segi jumlah masih dapat mengangani pesanan dan target harian produksi dan pemasaran di pasar-pasar tradisional.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden Penelitian

Setelah melakukan pengumpulan data mengenai Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar dengan alat pengumpul data yaitu kuesioner dan juga wawancara serta observasi langsung yang dilakukan pada lokasi penelitian yaitu Desa Sukaramai yang dilakukan untuk melihat kegiatan produksi Tahu, pemasaran dan penjualan, pada tahapan awal kuesioner yang terdapat didalamnya salah satunya identitas responden penelitian yang terdiri dari pendidikan, umur dan jenis kelamin. Identitas responden hal ini untuk menggambarkan kondisi atau keadaan responden penelitian melalui beberapa informasi yang diperlukan untuk melihat kualifikasi atau pembagian responden penelitian menurut kategori tertentu dengan tidak mempengaruhi dari hasil penelitian.

Kegunaan Identitas responden dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai rincian mengenai kondisi responden dalam dalam hal ini karyawan Tahu Barokah, sebab dengan menguraikan identitas responden yang menjadi sampel penelitian ini maka akan dapat diketahui tingkat pendidikan, umur dan jenis kelamin responden penelitian. Oleh karena itu identitas responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok yaitu tingkat pendidikan, umur dan jenis kelamin yaitu kondisi responden secara umum, untuk yang pertama akan diuraikan identitas reponden penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. V.1. Distribusi responden penelitian berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	8	89%
2	Perempuan	1	11%
Jumlah		9	100%

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2021

Dari tabel diatas terlihat bahwa responden penelitian yaitu didominasi oleh jenis kelamin laki-laki yang berjumlah 8 orang responden dengan presentase 89% dan responden kemudian responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 1 orang atau 11%. Pada kategori ini bukan untuk membedakan saja tetapi untuk melihat bagaimana persebaran responden penelitian. Kemudian distribusi responden berdasarkan Umur dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V. 2. Distribusi Responden penelitian Berdasarkan Umur

No	Umur	Responden	Persentase
1	≤ 30 tahun	6	67%
2	30 - 39 tahun	2	22%
3	40 - 49 tahun	1	11%
4	≥ 50 tahun	-	-
jumlah		9	100%

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2021

Dari tabel diatas terlihat bahwa responden penelitian yang paling banyak pada umur antara ≤ 30 tahun yaitu 6 Orang atau 67%, kemudian 30 – 39 tahun yaitu 2 responden atau dengan presentase 22%, 40- 49 tahun 1 responden atau 11%, kemudian tidak ada responden pada rentang umur > 50 tahun. Kemudian distribusi Responden penelitian berdasarkan tingkat pendidikan, maka untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V. 3. Distribusi Responden penelitian berdasarkan Tingkatan Pendidikan

No.	Tingkat pendidikan	Responden	Persentase
1	Sekolah Dasar	-	-
2	SMP	3	33%
3	SMA	6	67%
4	Diploma	-	-
5	Sarjana	-	-
Jumlah		9	100%

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2021

Dari Tabel diatas tingkat pendidikan responden penelitian yang paling banyak pada tingkatan SMA sebanyak 6 orang responden atau 67% kemudian responden SMP sebanyak 3 orang atau 33%. Setelah mendeskripsikan responden penelitian melalui beberapa klasifikasi maka setelah itu dan selanjutnya dilakukan pembahasan mengenai hasil penelitian dibawah ini.

B. Hasil penelitian

1. Aspek Permodalan

Aspek permodalan merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam pengembangan suatu usaha terlebih pada tahap awal pembentukan usaha tersebut yang salah satu sumber daya organisasi yaitu *Money*. Permodalan sebagai sumber daya pendukung utama organisasi dapat berkembang dari waktu ke waktu seperti dalam peningkatan produksi tentunya memerlukan sumber daya material dan SDM, maka dari itu seiring dengan pengembangan hal tersebut maka organisasi harus dapat menyediakan pembiayaan khususnya modal untuk menyediakan segala kebutuhan demi meningkatkan hasil produksinya. Setelah melakukan

penyebaran kuesioner kepada responden penelitian yakni pegawai Usaha Tahu Barokah mengenai aspek permodalan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel V. 4: Distribusi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Aspek Permodalan

No	Item Penilaian	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Sumber permodalan	3 (33%)	6 (67%)	-	9
2	Manajemen Pembukuan	-	9 (100%)	-	9
3	Alat produksi	3 (33%)	6 (67%)	-	9
Jumlah		6	21	-	27
Rata-Rata		2	7	-	9
Persentase		22%	78%	-	100%

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2021

Dari tabel tabel diatas, dapat diketahui dimana jawaban responden penelitian yaitu karyawan tahu barokah pada aspek permodalan dengan kategori baik yaitu rata-rata 2 responden atau 22% karena responden ini menilai bahwa aspek permodalan yang dimiliki oleh usaha Tahu Barokah dalam kondisi yang baik seperti modal cukup banyak dan alat produksi yang dalam kondisi cukup baik.

Kemudian rata-rata sebanyak 7 responden atau 78% menjawab cukup baik karena responden menilai bahwa modal yang dimiliki oleh tahu barokah sampai saat ini masih dapat digunakan untuk produksi setiap harinya kemudian pembukuan serta alat produksi yang dimiliki masih dapat digunakan secara baik. tetapi apabila terdapat pelanggan yang memesan tahu lebih banyak tentunya akan memerlukan modal tambahan, hal ini yang terkadang menjadi suatu hal yang

harus diantisipasi setiap harinya dengan menambahkan modal cadangan. Sehingga untuk tanggapan responden penelitian dalam kategori cukup baik dengan rata-rata 7 responden atau 78%.

Seperti diketahui bahwa aspek permodalan sangat penting bagi usaha baik besar maupun kecil, yang mana akan menunjang seluruh kegiatan dari usaha tersebut, baik bahan baku, pembiayaan produksi dan karyawan serta lainnya, maka dari itu usaha harus menyediakan modal yang cukup untuk melaksanakan kegiatannya setiap harinya, dari data yang didapatkan bahwa sampai saat ini modal yang di miliki oleh Tahu Barokah sebanyak 15.000.000,- termasuk aset produksi sehingga dari segi jumlah sangat bisa untuk melakukan pengembangan dan penambahan jumlah produksi, tetapi seperti yang diketahui bahwa jumlah produksi pada 2 tahun terakhir setiap harinya sebanyak 120 hingga 130 ember setiap harinya, hal ini juga di ketahui dari hasil wawancara dengan pemilik tahu barokah sebagai berikut:

“Kondisi modal memang memungkinkan untuk ada penambahan alat produksi, seperti mesin giling tetapi melihat ada penurunan penjualan beberapa bulan terakhir jadi kami untuk modal ditahan dulu hingga memang diperlukan, seperti membeli peralatan atau nantinya ketemu tempat baru untuk lokasi penjualan tahu lagi”. **(wawancara dengan Ibu Jumini, 28 Februari 2021)**

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan maka diketahui bahwa kondisi tahu Barokah saat ini mengenai aspek permodalan produksi dan juga sistem keuangan yang dimiliki dan digunakan oleh usaha tahu Barokah dalam kondisi yang baik dan juga masih dapat memenuhi target harian produksi dan permintaan pasar. Dari hasil observasi yang dilakukan diketahui bahwa jumlah modal saat ini

yang dimiliki oleh usaha tahu Barokah termasuk alat produksi dengan nilai Rp. 15.000.000,-.

Kemudian pada hasil observasi terlihat bahwa salah satu alat produksi yang dimiliki oleh usaha Tahu Barokah yaitu mesin giling kacang kedelai hanya berjumlah 1 unit dengan masa pemakaian lebih dari 10 tahun, dengan jumlah mesin giling yang hanya berjumlah 1 unit maka pada tahap penggilingan kacang kedelai akan memakan waktu yang cukup lama dan tahap penggilingan tidak bisa menggiling kacang kedelai dengan jumlah yang banyak dalam satu kali proses penggilingan, maka dari itu sangat diperlukan penambahan alat produksi khususnya mesin giling untuk mempermudah dan menambah jumlah kacang kedelai pada tahap proses produksi sehingga produk tahu akan dapat diproduksi lebih banyak dan lebih cepat. Jika dilakukan pergantian alat yang lebih canggih maka proses pengolahan dan produksi menjadi semakin cepat dan tepat, maka itu dalam pengembangan Usaha Tahu Barokah ini tentunya sangat diperlukan pengembangan modal dan alat-alat produksi lainnya.

Maka dari hasil penyebaran kuesioner, pengolahan data, wawancara dan observasi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kondisi aspek permodalan yang dimiliki oleh Tahu Barokah Desa Sukaramai yang terdiri dari modal, pembukuan dan alat produksi dalam kategori cukup baik.

2. Aspek Produksi

Aspek produksi merupakan bagian yang utama dari kegiatan organisasi dalam mengolah bahan baku menjadi bahan hasil yang siap dijual, dalam kegiatannya produksi tentunya memerlukan *material* dan *machine* yang harus

disiapkan dan mencukupi baik dari segi jumlah maupun mutu atau kualitasnya, sehingga antara hasil dari produksi dalam mencapai tujuan dari produksi dapat dilakukan secara efektif dan efisien begitu juga berlaku pada bentuk usaha kecil seperti Usaha Tahu Barokah. Setelah memberikan pertanyaan melalui kuesioner terkait aspek produksi kepada responden yaitu pegawai Usaha Tahu Barokah maka untuk jawaban responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel V. 5: Distribusi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Aspek Produksi

No	Item Penilaian	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Bahan Baku	9 (100%)	-	-	9
2	Tenaga kerja	3 (33%)	4 (44%)	2 (22%)	9
3	Desain Produk	9 (100%)	-	-	9
Jumlah		21	4	2	27
Rata-Rata		7	1	1	9
Persentase		77%	11%	11%	100%

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden penelitian yakni karyawan tahu barokah di ketahui untuk kategori baik dengan rata-rata 7 responden atau 77%. Jawaban ini juga didukung dari data yang di dapatkan bahwa bahan baku yang digunakan setiap harinya 10 karung kacang kedelai dan cuka, kemudian dari kemudian terdapat 9 alat produksi yang di gunakan setiap harinya dan juga masih menggunakan alat-alat tradisional, serta desain atau bentuk produk tahu yang baik dengan cetakan yang masih tradisional.

Kemudian untuk kategori cukup baik dengan rata-rata 1 responden atau 11% yang mana menilai bahwa tenaga kerja yang dimiliki oleh usaha tahu barokah dari segi jumlah masih belum mencukupi terkadang banyaknya pesanan menjadikan pekerja kewalahan, begitu juga untuk kategori kurang baik dengan rata-rata 1 atau 11% yang menilai memang pekerja usaha tahu dari segi jumlah masih kurang. Sehingga dari tanggapan responden melalui kuesioner dapat disimpulkan dalam kategori baik dengan rata-rata 7 atau 77%.

Pada aspek produksi seperti data yang didapatkan bahwa kedelai yang digunakan ialah kedelai yang berkualitas baik, kemudian pada penambahan pegawai beberapa tahun terakhir dilakukan penyesuaian jumlah pegawai dengan kebutuhan pengolahan dan produksi kedelai hingga juga sampai saat ini masih tidak terdapat kendala, hal ini diketahui dari hasil wawancara dengan pemilik tahu Barokah mengenai aspek produksi:

“Sampai saat ini untuk bahan baku selalu kita jaga kualitasnya, agar tahu yang dihasilkan berkualitas baik, tetapi terkadang adanya keterlambatan datangnya bahan baku karena akses jalan jika hujan, sehingga terkadang produksi terhambat karena jumlah stok kacang kedelai, kemudian kalau untuk percetakan tahu masih pakai alat tradisional, tetapi hasilnya sudah baik”. (wawancara dengan Ibu Jumini, 28 Februari 2021).

Dari hasil wawancara yang dilakukan maka diketahui bahwa pemilihan bahan baku yang baik tentunya akan menghasilkan tahu yang baik pula serta diketahui bahwa alat produksi yang digunakan masih tergolong tradisional, hal ini dikarenakan jumlah produksi tahu juga dari segi jumlah masih dapat dilaksanakan secara tradisional sehingga pembelian mesin giling tambahan dan mesin potong belum diperlukan. Kemudian dari hasil observasi yang dilakukan bahwa usaha tahu Barokah memiliki 9 jenis alat produksi tahu yaitu setiap harinya 10 karung

kacang kedelai dan juga beberapa botol cuka, selanjutnya dari segi SDM produksi berjumlah 3 orang dan juga sering dibantu oleh bagian pengemasan dan pemasaran, tentunya hal ini tidak perlu dilakukan dengan jumlah SDM yang cukup maka semua pekerjaan akan dapat diselesaikan sesuai dengan bidang masing-masing sehingga tidak mengganggu tugas dari bagian lainnya.

Kemudian diketahui bahwa seringkali terjadi pengiriman bahan baku tahu yang sering mengalami keterlambatan pengiriman sehingga menghalangi proses produksi tahu, dari data yang di dapatkan bahwa terdapat penurunan produksi tahu pada beberapa bulan yang lalu seperti yang terendah ialah 1.008 ember perbulan. Keterlambatan ini dikarenakan adanya oleh faktor cuaca, misalnya seperti hujan yang mengakibatkan jalan rusak dan becek sehingga kendaraan susah untuk keluar masuk ke lokasi tersebut, sehingga proses pengiriman bahan baku kacang kedelai sering mengalami keterlambatan, maka keputusan dari pemilik usaha ialah untuk memproduksi bahan baku yang tersedia. Maka untuk mengatasi hal ini harusnya pemilik usaha tahu barokah menyediakan stok bahan baku yang lebih banyak seperti untuk 2 atau 3 hari kedepan sehingga ketersediaan bahan baku tahu tidak terganggu biarpun adanya keterlambatan pengiriman.

Dalam pengembangan usaha dari aspek produksi beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu melakukan peremajaan terhadap perlengkapan produksi atau melakukan penambahan perlengkapan produksi dengan teknologi yang lebih baru dan lebih banyak sehingga hasil produksi dapat tercapai target jumlah dan kualitas produknya, selain itu harus di terapkannya strategi ketersediaan stok bahan baku agar tidak mengganggu kegiatan produksi serta menyediakan sumber daya baik

dari segi kualitas maupun kuantitas. Maka dari hasil pengolahan data, wawancara dan observasi yang dilakukan diketahui bahwa aspek produksi yang dimiliki oleh tahu Barokah dalam kategori baik.

3. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran memiliki istilah dalam manajemen dan organisasi ialah *market* yaitu tempat dimana produk hasil produksi dipasarkan atau dapat juga merupakan target pasar dari produk dari badan usaha, maka dari itu yang harus diperhatikan oleh suatu usaha dalam melakukan pemasaran produk ialah lokasi pemasaran, merek, media yang digunakan kemudian iklan yang dibuat semenarik mungkin dari produknya, kemudian dalam aspek pemasaran harga yang jelas dan murah serta bersaing dengan pasaran juga sangat diperlukan saat melakukan promosi dan mencari lokasi-lokasi baru sebagai sasaran dari pemasaran produk kedepannya. Setelah memberikan pertanyaan terkait aspek pemasaran kepada responden yaitu pegawai usaha tahu barokah maka untuk jawab responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel V. 6: Distribusi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Aspek Pemasaran

No	Item Penilaian	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Merek	-	3 (33%)	6 (67%)	9
2	Harga Produk	9 (100%)	-	-	9
3	Promosi	3 (33%)	2 (22%)	4 (44%)	9
Jumlah		12	5	10	27
Rata-Rata		4	2	3	9
Persentase		44%	22%	33%	100%

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden penelitian yakni karyawan Tahu Barokah mengenai aspek produksi diketahui pada kategori baik dengan rata-rata 4 atau presentase 44%. Jawaban ini juga didukung dari data yang didapatkan bahwa harga produk yang ditetapkan oleh Tahu Barokah sangat bersaing di pasaran dan disesuaikan dengan kualitas bahan baku yang digunakan.

Selanjutnya pada kategori cukup baik dengan rata-rata 2 responden atau 22% karena responden menilai bahwa beberapa masyarakat ada yang telah mengenal ciri tahu barokah dan harga yang cukup bersaing menjadikan masyarakat memilih tahu barokah, kemudian untuk jawaban kurang baik dengan rata-rata 3 atau 33%, karena responden menilai adanya kekurangan yaitu tidak dilakukannya promosi oleh pemilik usaha, baik melalui sosial media, media cetak atau selebaran maupun mencari tempat atau lokasi lainnya untuk menjual tahu yang di produksi.

Sehingga dari hasil pengolahan data kuesioner diatas dapat di ketahui pada aspek pemasaran usaha tahu barokah dalam kategori baik dengan rata-rata 4 atau 44%. Hal tersebut juga dinyatakan oleh pemilik usaha tahu Barokah:

“Kalau harga kita belum banyak berubah dan disesuaikan dari harga modal juga pasarannya, kemudian untuk di kemasaan belum ada merek cuma untuk tahu barokah ada diberikan kotak atau ember yang ada tulisannya jadi konsumen dapat mengenali produk kami, untuk promosi belum ada dilakukan sama sekali”. **(wawancara dengan Ibu Jumini, 28 Februari 2021).**

Seperti yang diketahui bahwa dalam penjualannya tahu barokah hanya menggunakan bungkus plastik bening biasa tidak adanya merek sebagai identitas produk menjadikan konsumen sulit membedakan tahu Barokah dengan tahu yang lain apabila tidak diinformasikan oleh penjual, kemudian hal yang harus dilakukan

ialah sangat diperlukan tempat sendiri untuk menjual tahu khusus Barokah seperti Los di pasar kemudian dengan memberikan bungkus bermerek untuk tahu yang merek jual agar konsumen dapat mengenali produk tahu barokah, kemudian tidak adanya promosi yang dilakukan oleh pemilik tahu Barokah seperti potongan harga, penyebaran informasi lewat selebaran, sosial media maupun penambahan lokasi pasar di kecamatan lain, hal ini tentu membuat tahu barokah sulit untuk berkembang.

Kemudian dalam proses pemasarannya Usaha Tahu Barokah tergolong lambat dan sempit, seperti ditahun 2000 pada awal pendiriannya produk tahu masih dipasarkan 1 pasar saja yaitu Pasar Sukaramai sedangkan kemudian di tahun 2019 tahu barokah mengalami peningkatan ke beberapa pasar yaitu pasar Sukaramai, pasar kasikan dan pasar SP, tetapi ke tiga pasar tersebut merupakan pasar yang berada pada Desa Sukaramai, maka seharusnya dari umur usaha yang mencapai 20 tahun lebih usaha Tahu Barokah harus memasarkan produknya hingga kepada beberapa Kecamatan lainnya atau tingkat Kabupaten. Maka dari itu diperlukan langkah pembuatan cabang atau kerjasama dengan peminat usaha atau toko di beberapa kecamatan untuk memasok tahu keluar daerah bukan hanya sekitar Desa Sukaramai, dengan umur usaha yang cukup lama maka seharusnya usaha tahu barokah harus memiliki pasar yang lebih luas agar dapat memperoleh keuntungan yang lebih banyak.

Dari hasil observasi yang dilakukan diketahui bahwa memang tahu Barokah menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dan kualitas bahan baku serta sangat bersaing dengan usaha tahu yang lain, kemudian tidak adanya merek yang

dicantumkan pada kemasan yang dikatakan oleh pemilik cukup merepotkan dikarenakan di sekitar lokasi baik desa maupun kecamatan belum ada pusat percetakan, yang terakhir belum adanya promosi yang dilakukan oleh pemilik tahu Barokah dengan cara potongan harga, perluasan lokasi penjualan dan pembuatan cabang di kecamatan lainnya. Maka dari hasil pengolahan data, wawancara dan observasi dapat diketahui bahwa dari segi pemasaran pengembangan usaha tahu Barokah dalam kategori cukup baik.

4. Aspek Sumber daya Manusia

Aspek SDM merupakan salah satu faktor yang mendukung dalam segi pelaksanaan keseluruhan proses kerja dan produksi suatu badan usaha. Aspek sumber daya manusia dalam organisasi dapat dinilai dari jumlah dan kualitasnya. Dalam segi jumlah dilihat kecukupan pegawai mengisi bagian-bagian dalam organisasi dan tugasnya masing-masing. Dalam segi kualitas dilihat dari tingkat pendidikan dan kemampuan yang dimiliki oleh pegawai di dalam organisasi dan untuk meningkatkan kualitas dari SDM dapat dilakukan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keahliannya, kesemua tindakan tersebut ialah diarahkan untuk memenuhi kebutuhan organisasi dalam hal pelaksanaan tugas dan produksi demi mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Setelah memberikan pertanyaan terkait aspek SDM kepada responden yaitu pegawai usaha tahu barokah maka untuk jawab responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel V. 7: Distribusi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Aspek Sumber Daya Manusia

No	Item Penilaian	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Pelatihan	-	3 (33%)	6 (67%)	9
2	Kuantitas SDM	1 (11%)	6 (67%)	2 (22%)	9
3	Kualitas SDM	-	6 (67%)	3 (33%)	9
Jumlah		1	15	11	27
Rata-Rata		1	5	3	9
Persentase		11%	55%	33%	100%

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden penelitian pada kategori baik dengan rata-rata 1 atau 11%, karena responden menilai jumlah pegawai masih dapat mengatasi keseluruhan proses produksi dan pemasaran, kemudian untuk kategori cukup baik dengan jumlah rata-rata 5 jawaban dengan persentase 55%, karena responden menilai bahwa jumlah dan kualitas serta kemampuan karyawan tahu barokah mengenai kondisi kualitas dan kuantitas SDM Tahu Barokah untuk saat ini masih cukup baik, dikarenakan keseluruhan pekerjaan mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, proses produksi serta pemasaran dapat dilakukan dengan tanpa hambatan, Kemudian pada kategori kurang baik dengan rata-rata 3 atau 33%, karena responden menilai belum adanya pelatihan dari pihak pemerintah dan jumlah pekerja pada usaha tahu barokah yang masih kurang apabila terdapat pesanan tambahan sehingga akan menghambat pekerjaan masing-masing.

Sehingga dari hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa pada aspek sumber daya manusia yang dimiliki oleh Usaha Tahu Barokah dalam kategori cukup baik dengan rata-rata 5 responden atau 55%. Dari data yang di dapatkan diketahui bahwa jumlah pekerja pada tahu barokah berjumlah 9 orang dengan rata-rata berpendidikan paling rendah SMP dan paling tinggi SMA, kemudian tidak adanya dilakukan peningkatan kapasitas atau pelatihan kepada karyawan khususnya dalam penggunaan teknologi produksi atau yang lainnya, selanjutnya diketahui bahwa pelatihan belum ada dilakukan dari pihak pemerintah, sedangkan kemampuan yang mereka dapatkan melahui pengarahan dari pemilik usaha tahu.

“Sampai saat ini untuk jumlah saya rasa masih cukup, tapi kalau memang ada nantinya penambahan jumlah produksi tahu tentu ditambah lagi karyawannya, untuk sekarang masih dapat dikerjakan dengan baik”
(wawancara dengan Ibu Jumini, 28 Februari 2021).

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik tahu barokah dapat diketahui bahwa usaha tahu barokah dalam kondisi sumber daya manusia yaitu karyawannya untuk saat ini yang berjumlah 9 orang yang memiliki bagian dan tugas masing-masing serta sudah dapat menjalankan tugas dan penyelesaian target produksi hariannya. Tetapi dari hasil observasi yang dilakukan memang masih adanya hambatan dikarenakan jumlah yang tergolong sedikit sehingga seringkali bagian pemasaran yang berjumlah 3 orang juga merangkap sebagai bagian pengolahan dan produksi tidak jarang sebagai penjemput bahan baku keledai yang mana jika pesanan tergolong banyak maka bendahara serta pemilik juga harus ikut dalam proses produksinya, tentunya hal ini tidak dapat terjadi dikarenakan menggunakan sumber daya secara berlebihan tentu akan berakibat pada lelahnya karyawan dan kurangnya semangat kerja karyawan, maka dapat diketahui bahwa

untuk peningkatan produksi belum dapat dilakukan karena terkendala dari jumlah karyawan yang sedikit, maka dari itu pemilik usaha tentunya harus melakukan penambahan pegawai untuk mengantisipasi dari kurangnya pegawai bagian produksi yang berjumlah 3 orang agar semua proses produksi dapat di jalankan dengan efektif dan efisien. dari data yang didapatkan diketahui bahwa aspek sumber daya manusia usaha tahu Barokah dalam kategori cukup baik, tetapi diakui untuk melakukan peningkatan produksi atau penambahan produk diharuskan melakukan penambahan juga dari segi kualitas dengan mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pemerintah dan penambahan tenaga kerja untuk memnuhi kebutuhan produksi.

Setelah melakukan pembahasan mengenai pengembangan usaha tahu Barokah secara satu-persatu aspek pengembangan maka untuk mengetahui keseluruhan jawaban responden penelitian dilakukan rekapitulasi jawaban, pada tabel sebagai berikut:

Tabel V. 8: Rekapitulasi Jawaban Responden Karyawan Tahu Barokah mengenai Pengembangan Usaha Tahu Barokah di Desa Sukaramai Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar

No	Item Penilaian	Jawaban Responden			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	
1	Aspek Permodalan	2 (22%)	7 (77%)	-	9
2	Aspek Produksi	7 (77%)	1 (11%)	1 (11%)	9
3	Aspek Pemasaran	4 (44%)	2 (22%)	3 (33%)	9
4	Aspek SDM	1 (11%)	5 (55%)	3 (33%)	9
Jumlah		14	15	7	36
Rata-Rata		3	5	1	9
Persentase		33%	55%	11%	100%

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden karyawan tahu Barokah didominasi pada jawaban cukup baik dengan rata-rata 5 atau 55% dengan kategori cukup baik. Artinya kondisi aspek modal, produksi, pemasaran dan SDM yang dimiliki oleh Usaha Tahu Barokah dapat digunakan untuk melakukan pengembangan apabila dapat memaksimalkan penggunaan modal. Adapun pengembangan yang harus dilakukan oleh pemilik usaha tahu barokah ialah dengan pembaruan alat produksi, penambahan lokasi pemasaran di daerah lain atau bekerjasama dengan produsen tahu yang ingin membuka cabang serta penambahan karyawan untuk mengerjakan proses pengolahan, produksi, pemasaran hingga promosi, kemudian dalam kegiatannya pengembangannya usaha tahu Barokah harus sudah dapat memanfaatkan teknologi baik dari sisi produksi maupun media sosial untuk promosinya sehingga banyaknya pesanan dari luar daerah dapat menjadi suatu keuntungan untuk berkembangnya usaha tahu barokah ini ke lokasi yang lebih banyak dan luas.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dapat diketahui bahwa pengembangan yang dilakukan oleh tahu Barokah dari mulai berdirinya hingga saat ini dilakukan dalam beberapa aspek, pertama, pada aspek permodalan perkembangan usaha tahu barokah tergolong kurang berkembang dikarenakan melihat dari aspek pemasarannya yang hanya berkembang dengan penambahan 2 pasar lainnya yaitu pasar Kasikan dan pasar SP terakhir, kemudian SDM yang dimiliki saat ini mulai dari pendirian yaitu 3 orang setelah 20 tahun berdiri peningkatannya sebanyak 6 orang. melihat dari jumlah keuntungan yang cukup besar serta aspek produksi peningkatan dari beberapa tahun terakhir mengenai jumlah produksinya yang saat ini mencapai 3900 tahu perhari, maka dari itu seharusnya pengembangan yang dilakukan Usaha Tahu Barokah lebih optimal lagi.

Pada kondisi sebenarnya aspek modal yang dimiliki oleh Usaha Tahu Barokah dapat digunakan untuk melakukan pengembangan seperti pembaruan alat produksi, penambahan karyawan untuk mengerjakan proses pengolahan, produksi, pemasaran hingga promosi, serta penambahan lokasi pemasaran di daerah lain atau bekerjasama dengan produsen tahu yang ingin membuka cabang. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengembangan yang dilakukan oleh usaha tahu barokah terlihat lambat dan kurang maksimal maka dapat di simpulkan dalam kategori cukup baik.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk mendukung pengembangan usaha tahu Barokah agar dapat efektif dan efisien antara lain:

1. Kepada pemilik tahu Barokah agar dapat menggunakan modal secara maksimal atau menambah modal harian yang masih cukup kecil untuk peningkatan jumlah produksi setiap harinya, sehingga dapat meningkatkan jumlah produksi dan meningkatkan targetnya harus dibutuhkan modal yang lebih besar.
2. Kepada pemilik tahu Barokah untuk dapat meningkatkan kualitas atau menggunakan peralatan produksi yang lebih canggih atau berbasis teknologi agar dapat meningkatkan jumlah produksi khususnya efisiensi waktu pengolahan dan produksinya.
3. Kepada pemilik tahu Barokah untuk dapat menambah Kendaraan untuk pengantaran yang digunakan seperti kendaraan roda 2 sehingga dapat mengantarkan tahu ke daerah yang tidak dapat di jangkau mobil dan juga dapat mengantarkan barang ke daerah lainnya sebagai langkah pengenalan produk.
4. Kepada pemilik tahu Barokah untuk dapat untuk dapat menambah jumlah pekerja sehingga hal ini akan dapat mendukung peningkatan produksi dan pemasaran tahu barokah kepada daerah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha DH, 2000. *Asas-Asas Marketing, Edisi III*. Yogyakarta : Liberty.
- Basus, Swastha Dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II*. Yogyakarta : Liberty.
- Effendi, Usman, 2014. *Asas Manajemen, Edisi Kedua*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Feriyanto, Andri Dan Shyta, Endang Triana, 2015. *Pengantra Manajemen (3 In 1)*. Kebumen : Mediaterra.
- Fuad, M, Dkk, 2006. *Pengantar Bisnis, Cetakan Kelima*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Handoko T. Hani, 2000. *Manajemen, Edisi Kedua*, Cetakan Ketigabelas. Yogyakarta : Bpfe.
- Haryadi, Hendi, 2009. *Administrasi Perkantoran Untuk Manajemen & Staf*. Jakarta Selatan : Transmedia Pustaka.
- Hasan, Hasrizal Dan Ardhi, Syamid, Hafiz, 2016. *Pengantar Bisnis Teori Dan Aplikasi Diindonesia*. Riau. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau: P2u LLPM Unisba.
- Hasibuan, Malayu S,P, 2004. *Manajemen, Edisi Revisi*, Jakarta : PT Bumi Akra.
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millennium, Jilid 2*. Jakarta : PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip, 2003. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas*, Jakarta : Indeks Kelampok Gramedia.
- Kotrel, Amstrong, 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Nurmansyah. 2018. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Unilak Press.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2001. *Manajemen Pemasaran Dan Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2003. *TM, Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy Dan Gregorius Chandra, 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tohar M, 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Jakarta : Kanisius
- Wilantara, F, Rio dan Susilawati. 2016. *Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM (Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasional Di Era MEA)*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Zulkifli. Awang, Azam dkk. 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi, dan kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru, Fisipol UIR.