

UPAYA PENGEMBANGAN USAHA PEMBUATAN TEMPE PADA PABRIK TEMPE NTT KECAMATAN SINTANG

Darmansah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kapuas Sintang

Jln. Oevang Oeray, Nomor 92 Baning Kota Sintang

Email : darmansah17@gmail.com

Abstrak : Pabrik Tempe NTT Salah satu Industri pengolahan tempe di Kecamatan Sintang yang berdiri sejak tanggal 23 Pebruari 2008, berlokasi di Jalan Jalan Teuku Umar Rt 03/Rw. 02 Kelurahan Ladang Kecamatan Sintang memiliki 6 orang karyawan. Ditinjau dari aspek pemasarannya hingga saat ini usaha pengrajin tempe NTT di Kecamatan Sintang ini membuat dan menyebarluaskan produk tempe selain dipasarkan di kota Sintang juga dikirimkan tersebar ke daerah-daerah kecamatan lainnya di Kabupaten Sintang. Seiring dengan berjalannya waktu, pembuatan tempe semakin berkembang hingga tahun 2019, Namun pada tahun 2020 volume penjualannya terjadinya penurunan yang disebabkan oleh situasi ekonomi masyarakat yang semakin lesupada saat pandemic covid19. Pabrik Tempe NTT didalam memulai kegiatan usahanya hingga saat ini hanya menggunakan modal dari pemilik usaha yang disebabkan pemilik usaha tidak ingin menanggung beban bunga dari pinjaman usaha dan hanya ingin memaksimalkan dari potensi yang dapat dilakukan oleh kegiatan usahanya. Sumber Daya Manusia pada Pabrik Tempe NTT berjumlah 6 orang maksimal berpendidikan SLTA dilatih secara intern perusahaan untuk mengisi berbagai bidang usaha di pabrik dengan menggunakan sistem rolling. Untuk kegiatan promosi produk hasil usaha Pabrik Tempe NTT dilakukan dengan cara pemotongan harga produk terutama kepada para pelanggan dan konsumen yang membeli produk dalam jumlah yang besar dan promosi melalui berbagai pamflet, Media internet seperti Watshap, Fb dll serta mengutamakan pelayanan yang baik. Sedangkan pada sektor sarana dan prasarana pada Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang memiliki pabrik sendiri dan 3 buah mesin tempe sebagai modal utama pengolahan tempe hingga saat ini serta 1 kendaraan roda dua dan 1 kendaraan roda empat. Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang didalam melakukan kegiatan usahanya dibiayai secara pribadi pemilik usaha, manajemennya masih bersifat semi tradisional serta tergolong usaha mikro dengan pengembangannya secara bertahap. Sebaiknya pengelolaan kegiatan usaha pada Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang dilakukan perubahan sesuai dengan kaidah-kaidah pengelolaan yang ada pada fungsi-fungsi manajemen.

Kata Kunci : Manajemen, Penjualan, Produk

Latar Belakang

Menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang kita di tuntut untuk dapat mengembangkan usaha supaya usaha dapat semakin berkembang besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik di mulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu di butuhkan staregi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut.

Merintis usaha merupakan pekerjaan yang mudah dan dapat dilakukan oleh siapapun, yang terpenting adalah keyakinan dan nilai yang kuat

untuk usaha mandiri, kemauan yang kuat untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup. kemampuan keberanian serta kesempatan merupakan elemen yang lain yang harus diperkuat untuk menjadi wirausaha. Salah satu usaha yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan adalah berupa industry pengolahan makanan yang dibutuhkan oleh manusia dimanapun serta dalam jangka panjang masih dibutuhkan oleh manusia. Untuk di Indonesia termasuk di Kalimantan Barat ini salah satu industri pengolahan makanan yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan adalah industri pengolahan kedelai untuk dijadikan tempe karena pada umumnya hampir setiap orang

menyukai makanan jenis tempe. Kalau zaman dahulu tempe itu merupakan makanan khas orang pulau Jawa namun seiring dengan perjalanan waktu karena telah membaunya kebudayaan jenis makanan antar pulau yang diakibatkan program transmigrasi jadi orang diluar pulau Jawa juga telah dapat menyesuaikan diri untuk menikmati makanan jenis tempe yang sering dipasarkan oleh petani transmigrasi kepada penduduk disekitar wilayah transmigrasi sehingga makanan tempe sudah tidak asing lagi bagi warga yang bukan berasal dari Jawa karna jenis makanan tempe selain enak juga murah meriah untuk dijual di pasaran tradisional serta telah dikenali oleh hampir semua orang di Indonesia. Selain enak serta terjangkau untuk semua kalangan harganya, tempe juga memiliki banyak manfaat untuk kesehatan karena terbuat dari kacang kedelai yang merupakan sumber protein nabati dan lesiti dan juga sumber vitamin A, B kompleks dan E serta kalsium fosfor, magnesium dan zat besi.

Di Kabupaten Sintang jenis makanan tempe telah puluhan tahun dikenali oleh warga Sintang hal ini disebabkan transmigrasi masuk wilayah Kabupaten Sintang sejak dari tahun 1970 an keatas oleh sebab itu bagi warga Sintang pada umumnya makanan jenis tempe sudah bukan merupakan jenis makanan yang asing lagi bahkan hampir menjadi salah satu menu sayuran setiap hari. Oleh sebab itu pengembangan pengolahan makanan jenis tempe ini di Kabupaten Sintang cukup bagus perkembangannya walaupun sudah banyak yang memproduksi dan memasarkan tempe di Kabupaten Sintang namun hingga saat ini kuantitas jenis sayuran tempe ini sering juga terdapat kelangkaan yang memasarkannya karena pada umumnya yang memproduksi jenis makanan ini kebanyakan dari warga transmigrasi yang pabrik pengolahannya relative banyak berada di lokasi-lokasi transmigrasi bukan di pusat kota. Dengan demikian membuka pabrik tempe bagi warga kota Sintang sangatlah potensial untuk dilakukan dalam upaya memenuhi permintaan pasar yang cukup banyak dari hari-kehari seiring dengan pertambahan jumlah penduduk di Kabupaten Sintang yang tentunya semakin menambah jumlah konsumen tempe itu sendiri.

Salah satu Industri pengolahan tempe di Kecamatan Sintang yang berdiri sejak tanggal 23 Pebruari 2008, berlokasi di Jalan Jalan Teuku

Umar Rt 03/Rw. 02 Kelurahan Ladang Kecamatan Sintang yang dikenal dengan Pabrik Tempe NTT dan memiliki 6 orang karyawan. Sedangkan rata-rata infut bahan mentah kacang kedelai sebanyak 9 karung (450 kg) untuk proses produksi tempe diluar bahan mentah lainnya. Dalam pemasarannya tempunya hingga saat ini di Kecamatan Sintang memiliki prospek yang baik serta mengalami kemajuan cukup pesat hal ini disebabkan makanan tempe semakin digemari oleh konsumen pada umumnya dan bahannya juga tidak begitu sulit untuk mendapatkannya seperti kacang kedelai karena warga transmigrasi selalu menanam dan menjualkannya di pasaran sehingga bagi produsen tempe bukan merupakan hambatan didalam proses produksi tempe dalam jumlah berapapun banyaknya sedangkan bahan mentah lainnya seperti Ragi tempe instan, tepung tepung beras atau Rose Brand dan tepung tapioka sebagai produk usaha pembuatan tempunya juga tersedia di pasaran tradisional di kota Sintang walaupun jika terkadang juga order dari Jawa bila terdapat kelangkaan bahan pembuatan tempe di pabrik.

Ditinjau dari aspek pemasarannya hingga saat ini usaha pengrajin tempe NTT di Kecamatan Sintang ini membuat dan menyebarluaskan produk tempe selain dipasarkan di kota Sintang juga dikirimkan tersebar ke daerah-daerah kecamatan lainnya di Kabupaten Sintang. Seiring dengan berjalannya waktu, pembuatan tempe semakin berkembang hingga tahun 2019, Namun pada tahun 2020 volume penjualannya terjadinya penurunan yang disebabkan oleh situasi ekonomi masyarakat yang semakin lesupada saat pandemic covid19. Angka fluktuasi perkembangan produksi tempe pad Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang ini dapat dilihat dari jumlah total penggunaan kedelai sebagai bahan produksi tempe dari tahun 2018 hingga tahun 2020 yang lalu yakni kenaikan penggunaan bahan kedelai untuk produksi tempehanya terjadi penambahannya dari tahun 2018-2019 setelah itu terjadinya penurunan produksi menjadi hanya bila dibandingkan pertambahan jumlah penduduk Kabupaten Sintang dari tahun ke tahun.

Faktor kendala lain didalam pengembangan produksi tempe pada Pabrik Tempe NTT Sintang belum dapat memenuhi fasilitas penunjang pemasaran yang

memadai seperti kendaraan dan tenaga bagian pemasaran yang belum cukup jumlahnya bila dibandingkan jumlah wilayah jangkauan pemasaran tempe NTT selama ini. Faktor ini disebabkan belum ada kemampuan dari pihak pemilik industri pabrik tempe NTT ini untuk memenuhinya secara sekaligus karena selain modalnya masih terbatas juga omzet totalnya masih kecil karena usaha bersifat milik pribadi (individu). persoalan tentang pengembangan bisnis dan masalah yang dihadapi usaha pembuatan tempe pada pabrik NTT tersebut maka melalui wawancara langsung pada saat penulis melakukan survey kepada pemiliknya, diperlukan strategi-strategi baru untuk mengembangkan bisnis ini sehingga mampu untuk bertahan dalam waktu yang cukup panjang (lama).

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Listyawan Ardi Nugraha (2011:9) "Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan". Amirullah, (2010:7). : Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan. Yang menjadi persoalan di sini bukanlah penting tidaknya modal, karena keberadaannya memang sangat diperlukan, akan tetapi bagaimana mengelola modal secara optimal sehingga bisnis yang dijalankan dapat berjalan lancar.

Pengertian tentang modal menurut beberapa ahli. Menurut pendapat Agustin (2016:2) "Mengartikan modal sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Dengan demikian modal terdapat didalam neraca sebelah kredit. Adapun barang-barang modal ialah barang-barang yang ada dalam perusahaan yang belum digunakan yang terdapat dalam neraca sebelah debit". Pengertian dan dasar pencatatan modal menurut Akuntansi Indonesia (1996) mempunyai pengertian 1) Modal merupakan

bagian hak milik perusahaan yaitu selisih antara aktiva dan kewajiban yang ada dengan demikian tidak merupakan nilai jual perusahaan. 2) Pada dasarnya modal berasal dari investasi pemilik dan hasil usaha perusahaan, modal akan berkurang terutama dengan adanya penarikan kembali penyertaan oleh pemilik, pembagian deviden dan kerugian yang diderita. 3) Penambahan modal disetor lazim dicatat berdasarkan Jumlah uang yang diterima dan Besarnya kerugian yang ditimbulkan atau hutang yang dibatalkan.

Sebagaimana diketahui bahwa ROI adalah perbandingan antara laba bersih dengan total aktiva, maka dari kenyataan ini jelas diketahui bahwa struktur modal akan mempengaruhi tingkat perolehan laba (profitabilitas) perusahaan. Hal ini terjadi karena untuk mendapatkan total aktiva dipengaruhi oleh aktiva lancar (modal kerja). Menurut Husnan (2011;283) menyatakan sejauh pembayaran bunga bisa dipergunakan untuk mengurangi pajak, maka penggunaan hutang dapat memberikan manfaat bagi pemilik perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas tentang arti dari modal usaha maka dapat penulis analisa dan simpulkan sementara bahwa modal usaha adalah Modal dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan usaha baik oleh pribadi (individu) ataupun oleh sebuah perusahaan yang digunakan untuk kegiatan bisnis.

Pengertian Sumber Daya Manusia Manusia merupakan komponen penting dalam organisasi yang akan bergerak dan melakukan aktifitas untuk mencapai tujuan. Keberhasilan suatu organisasi ditentukan dari kualitas orang-orang yang berada di dalamnya. SDM akan bekerja secara optimal jika organisasi dapat mendukung kemajuan karir mereka dengan melihat apa sebenarnya kompetensi mereka. Biasanya, pengembangan SDM berbasis kompetensi akan mempertinggi produktivitas karyawan sehingga kualitas kerja pun lebih tinggi pula dan berujung pada puasanya pelanggan dan organisasi akan diuntungkan.

Menurut Sayuti Hasibuan (2012 : 144) : Secara umum SDM dalam organisasi terbagi kepada tiga kelompok yaitu sebagai berikut: 1) Investor, ialah setiap orang yang

menginvestasikan modalnya untuk memperoleh pendapatan dan besarnya pendapatan itu tidak menentu tergantung pada laba yang dicapai perusahaan tersebut. 2) Karyawan, ialah penjual jasa (pikiran dan tenaganya) untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan dan berhak memperoleh kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu (sesuai perjanjian). Posisi karyawan dalam suatu perusahaan dibedakan menjadi: 1) Karyawan Operasional, ialah setiap orang yang secara langsung harus mengerjakan sendiri pekerjaannya sesuai dengan perintah atasan. 2) Karyawan Manajerial, ialah setiap orang yang berhak memerintah bawahannya untuk mengerjakan sebagian pekerjaannya dan dikerjakan sesuai dengan perintah. c. Pemimpin, ialah seseorang yang mempergunakan wewenang dan kepemimpinannya untuk mengarahkan orang lain serta bertanggung jawab atas pekerjaan orang tersebut dalam mencapai suatu tujuan

Pentingnya Sumber Daya Manusia dalam Organisasi Sumber daya manusia merupakan asset organisasi yang sangat vital, karena itu peran dan fungsinya tidak bisa digantikan oleh sumber daya lainnya. Betapapun modern teknologi yang digunakan, atau seberapa banyak dana yang disiapkan, namun tanpa sumber daya manusia yang professional semuanya menjadi tidak bermakna. Eksistensi sumber daya manusia dalam kondisi lingkungan yang terus berubah tidak dapat dipungkiri, oleh karena itu dituntut kemampuan beradaptasi yang tinggi agar mereka tidak tergilas oleh perubahan itu sendiri. Sumber daya manusia dalam organisasi harus senantiasa berorientasi terhadap visi, misi, tujuan dan sasaran organisasi di mana dia berada didalamnya

Menurut T. Hani Handoko (2014 : 188) Organisasi yang berpikiran jauh ke depan akan senantiasa memperhatikan pembinaan sumber daya manusia yang menjadi asset organisasi dalam melaksanakan program-program dalam rangka merealisasikan tujuandan mencapai visi misi organisasi. Disamping itu tantangan dan perubahan lingkungan juga menjadi faktor yang turut mendorong pentingnya pembinaan bagi anggota organisasi. Untuk mencapai visi, misi, dan tujuan tersebut tentu manusia tersebut harus mempunyai nilai kompetensi, karakteristik kompetensi.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat penulis analisa dan simpulkan sementara bahwa MSDM merupakan tahapan-tahapan manajemen dalam merekrut dan menyeleksi anggota organisasi ataupun karyawan disebuah perusahaan serta pengembangannya, dalam kaitannya dengan cara-cara bagaimana mengatur dan menata manusia yang ada dalam perusahaan atau organisasi dengan menggunakan fungsi-fungsi dari manajemen itu sendiri agar dapat tercapai tujuan organisasi dengan efektif dan efisien.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi adalah perkenalan dalam rangka memajukan usaha dagang. Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk. Definisi promosi penjualan menurut American Marketing Association (AMA) (2011 : 88) yang dikutip dari bukunya Sustina adalah: *“Sales promotion is media and non media marketing pressure applied for a predetermined, limited period of time in order to stimulate trial, increase consumer demand, or improve product quality”*. Definisi di atas menunjukkan bahwa promosi merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013 : 88) *“Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa”*.

Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, (2005:898). Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Promosi penjualan menurut Fandy Tjiptono (2010 : 177) adalah *“Bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan”*. Fandy Tjiptono, (2012 : 221) Tujuan Promosi Tujuannya promosi antara

lain: 1) Menginformasikan (Informing), dapat berupa: a) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru. b) Menjelaskan cara kerja suatu produk. c) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk. d) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar. e) Menginformasikan jasa-jasa yang di sediakan oleh perusahaan. f) Meluruskan kesan yang keliru. g) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli. h) Membangun citra perusahaan. 2) Membujuk pelanggan sasaran (Persuading), untuk: a) Membentuk pilihan merk. b) Mengalihkan pilihan ke merk tertentu. c) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk. d) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga. e) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga Salesmen). 3) Mengingatkan (*Reminding*), terdiri atas: a) Mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat. b) Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual perusahaan c) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan. d) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat penulis analisisan serta simpulkan sementara sebagai berikut : promosi yaitusebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun perusahaan didalam menginformasikan berbagai produk baik barang maupun jasa agar konsumen mendapatkan info dan tertarik terhadap produk yang ditawarkan dengan berbagai pola serta mekanisme yang dilewati baik secara langsung dan tidak langsung dengan menggunakan berbagai fasilitas media yang tersedia seperti media online dan tatap muka secara langsung kepada konsumen/pelanggan. Sarana adalah sebuah perlengkapan yang dapat atau yang biasa digunakan sebagai peralatan dan bahan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dari sebuah proses produksi.

Sarana dan Prasarana Sarana adalah semua perangkat peralatan, bahan, Dan perabot yang secara langsung digunakan dalam proses produksi dan penjualan. Sedangkan prasarana adalah semua perangkat kelengkapan dasar yang secara tidak langsung menunjang pelaksanaan proses produksi dan penjualan. Sarana dalam

artian secara ekonomi yaitu segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan dalam kegiatan perekonomian. Dengan kata lain, sarana lebih ditujukan untuk bendabenda atau peralatan yang bergerak. 1 Sarana dalam arti singkatnya yaitu fasilitas yang dipakai secara langsung (utama). Contoh dari sarana dalam produksi atau penjualan adalah Mesin, Motot, Mobil, meja, tenaga kerja, dan lain-lain. Sedangkan contoh dari prasarana adalah gedung produksi, gudang, ruang kerja, tempat parkir, dan lain-lain. Sedangkan prasana dalam arti yang lebih praktis adalah yang menjadi penunjang utama terlaksananya suatu pembangunan, dengan kata lain prasarana merupakan pendukung untuk sarana agar dapat mencapai suatu maksud dan tujuan tertentu yang sudah ditentukan oleh pihak perusahaan

Pendapat menurut Yuwono (2012 : 88) “Sarana adalah segala sesuatu hal yang dapat ataupun bisa digunakan sebagai peralatan / alat untuk mencapai suatu tujuan atau maksud yang telah ditetapkan sedangkan prasarana adalah suatu perangkat yang dijadikan sebagai penunjang utama dalam usaha untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan secara bersama”. Menurut Bafadal (2011 : 97) Sarana adalah sebuah perlengkapan yang terdiri dari berbagai peralatan yang dijadikan sebagai bahan atau perabot yang secara langsung dapat dipakai dalam berkegiatan atau berkegiatan.

Menurut Grigg : (2014:132) “Prasarana adalah bentuk dari segala kelengkapan dasar fisik dari kawasan , lingkungan , kota atau wilayah yang dapat memungkinkan ruang tersebut bisa berfungsi sebagaimana seharusnya”. Pendapat menurut Yuwono : (2013:55) “Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu produksi, suatu alat yang dipergunakan yang secara tidak langsung menunjang untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan atau instansi pemerintahan”. Jadi , Sarana adalah sebuah atau sesuatu yang berupa alat yang biasa digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan atau ditetapkan sedangkan prasarana adalah segala sesuatu yang biasa digunakan sebagai penunjang utama agar terselenggaranya suatu produksi atau juga dapat dikatakan bahwasannya sarana itu adalah sesuatu

yang dapat bergerak sedangkan prasarana sesuatu yang tidak dapat bergerak .

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan perspektif pendekatan kualitatif. Menurut Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2012:5) menyatakan bahwa “ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada”. Arikunto (2012:116) menyatakan “ Subyek penelitian atau sasaran penelitian adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subyek penelitian”. Dalam penelitian sosial subyek penelitian adalah manusia. Subyek penelitian dalam penelitian ini terdiri dari : 1. Pemilik Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang. 2. Karyawan Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang. 3. Konsumen. Dalam pengambilan subjek jumlah konsumen yang dijadikan subjek penelitian penulis menggunakan metode *Accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2012:85), *Accidental Sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini penulis hanya mengambil 5 (lima) orang konsumen sebagai sampel subjek penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pengembangan sebuah usaha merupakan tanggung jawab par pengusaha yang memerlukan pandangan yang maju, dukungan dan juga daya cipta. Umumnya, dalam mengembangkan usahanya para pengusaha dituntut untuk bisa melihat peluang yang orang lain tak bisa melihatnya, tak bisa mengambil peluang, mengawali dan menjalankan usahanya dengan baik. Dengan melakukan pengembangan usaha maka seorang pelaku usaha akan mengerahkan seluruh pikiran dan juga tenaga untuk bisa memperbaiki kinerja mereka dengan cara melakukan perluasan dan meningkatkan mutu dan jumlah produksi.

Modal Usaha

Modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini bisa berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal uang biasa digunakan untuk membiayai berbagai keperluan usaha, seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk membeli aset, hingga modal kerja. Sedangkan modal keahlian adalah kepriawaian seseorang dalam menjalankan suatu usaha. Diawal pendirian pabrik tempe NTT dibiayai dengan modal pribadi pemilik sehingga pengembangan usaha kearah yang lebih besar pemilik mengalami kesulitan dari aspek permodalan. Dengan modal usaha yang terbatas dimaksud pemilik berupaya melengkapi berbagai fasilitas sarana dan prasaran produksi tempe sehingga pabrik tempe NTT dapat berjalan seperti yang telah direncanakan. Karena keterbatasan modal yang dimiliki maka pemilik pabrik tempe NTT cukup lama mengembangkan kegiatan usahanya termasuk didalam meraih keuntungan dan omzet penjualan yang lebih besar walaupun permintaan tempe di Kecamatan Sintang dari awal hingga saat ini (2020) semakin meningkat kuantitas baik produk maupun konsumennya.

Walaupun terbatasnya modal usaha, Pemilik pabrik tempe NTT telah berupaya untuk tidak melakukan pinjaman dari lembaga keuangan yang mau membantu modal usaha ini agar tidak terbebani oleh bunga pinjaman setiap bulannya. Untuk penambahan kuantitas produksi tempe setiap bulannya, pemilik pabrik tempe NTT menggunakan sisa keuntungan hasil penjualan bulanannya setelah dikurangi biaya total produksi termasuk gaji karyawan dan biaya tak terduga lainnya. Jadi intinya bahwa modal usaha pada pabrik tempe NTT Kecamatan Sintang hingga sekarang ini murni menggunakan modal pribadi dari modal awal ditambah keuntungan bulanan dari hasil penjualan tempe tersebut.

Pabrik tempe NTT Kecamatan Sintang selama ini tidak pernah melakukan penambahan modal dari pihak ketiga baik dari lembaga perbankan maupun dari lembaga keuangan yang non bank, hal ini disebabkan produksi tempe NTT masih berkapasitas mikro sehingga cukup dibiayai dengan modal yang selama ini digunakan didalam kegiatan operasional pabrik ditambah dengan keuntungan penjualan bulanan. Pabrik tempe

NTT Kecamatan Sintang hanya berfokus pada penjualan di Kecamatan Sintang sedangkan diluar kecamatan Sintang hanya bersifat konsumen musiman artinya hanya melayani penjualan yang bersifat pasti pembayaran dan jumlah pesannya, oleh sebab itu pertambahan kuantitas tempe yang diproduksi pertambahannya dapat dilayani dengan jumlah stok tempe yang tersedia. Pabrik NTT Kecamatan Sintang untuk melakukan kegiatan usahanya dari awal pendirian usaha hingga saat ini (2020) menggunakan modal pribadi pemilik usaha. Untuk pengembangan usaha selain dari modal awalnya juga dari hasil keuntungan bersih setiap bulan yang diinvestasikan kembali untuk kegiatan usaha tanpa adanya pinjaman kepada lembaga keuangan lainnya.

Sumber Daya Manusia

SDM adalah seorang yang siap, mau dan mampu memberi sumbangan usaha pencapaian tujuan organisasi. Selain itu sumber daya manusia merupakan salah satu unsur masukan (input) yang bersama unsur lainnya seperti modal, bahan, mesin dan metode/teknologi diubah menjadi proses manajemen menjadi keluaran (output) berupa barang atau jasa dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Pabrik NTT Kecamatan Sintang memiliki 6 orang karyawan hingga saat ini dan rata-rata pendidikannya Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA). Sebelum ditempatkan pada pekerjaannya para karyawan dilatih secara intern terlebih dahulu. Pelatihannya langsung diikutkan kerja pada salah satu bidang setelah lamanya 3 bulan kemudian diberikan kepercayaan mandiri pada bidang yang ditanganinya tersebut. Apabila telah menguasai pada satu bidang pekerjaan maka dipindahkan pada bidang lainnya sehingga karyawan dimaksud memahami pekerjaan pada semua bidang pekerjaan di Pabrik Tempe NTT. Tujuannya yaitu mempersiapkan Sumber Daya Manusia yang dapat mandiri jika akan datang Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang membuka pabrik baru dilain tempat sebagai pengemangan kegiatan usahanya. Selain itu juga agar karyawan yang sudah tidak bekerja lagi di Pabrik NTT Kecamatan Sintang yang bersangkutan memiliki keahlian sendiri jika ingin membuka jenis usaha yang sama milik pribadinya dikemudian hari. Oleh sebab itu Pemilik Pabrik

NTT didalam menggunakan tenaga kerja selain sebagai karyawan yang dapat ikut mengembangkan kegiatan usaha pabrik juga ingin menciptakan kemandirian usaha para karyawannya jika sudah tidak lagi bekerja di Pabrik Tempe Kecamatan Sintang.

Karyawan yang telah mengundurkan diri dari Pabrik Tempe Kecamatan Sintang digantikan dengan karyawan baru sehingga pabrik tidak kekurangan karyawan yang bekerja pada bidang yang lowong tersebut. Perekrutan karyawan baru yaitu dengan cara mendapatkan referensi dari karyawan yang masih aktif bekerja karena pabrik tidak pernah mengumumkan ke media tentang kebutuhan tenaga kerja karena pabrik tempe masih berskala kecil dan belum memiliki bagian personalia yang memang khusus untuk penerimaan karyawan serta pembinaan karyawan. Selain itu juga pabrik tempe NTT Kecamatan Sintang masih terbatasnya modal untuk memberikan kompensasi dan hak karyawan seperti pada perusahaan-perusahaan menengah dan besar didalam pemebrian hak-hak karyawan pada umumnya yang telah ditetapkan berdasarkan peraturan dan perundang-undangan mengingat statusnya masih tergolong UMKM dan manajemennya bersifat tradisional.

Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang hingga saat ini hanya memiliki 6 orang karyawan maksimalnya dan ditempatkan pada bidang keahliannya masing-masing setelah melalui pelatihan secara langsung dipabrik dari awal diterima sebagai karyawan pabrik. Pelatihannya langsung ikut bekerja dibawah bimbingan karyawan lama namun setelah memahami pekerjaannya maka diberikan keleluasaan untuk bekerja sendiri pada bidang yang telah ditekuninya agar karyawan semakin memahami bidang pekerjaannya. Setelah 3 bulan sampai 1 tahun kemudian dipindahkan pada bidang lain dengan sistem *rolling* (tukar bidang pekerjaan) dengan karyawan lain dengan tujuan agar semua karyawan memahami semua bidang pekerjaan yang ada di pabrik tempe tersebut. Tujuan lainnya yakni jika ada karyawan yang ijin cuti atau sakit jadi semua bidang pekerjaan yang ada di pabrik dapat ditangani oleh karyawan lainnya dan produksi tempe tidak terganggu oleh kekurangan karyawan.

Sumber daya manusia yang bekerja di pabrik tempe NTT Kecamatan Sintang diambil berdasarkan kebutuhan dan tidak berlandaskan profesionalisme dari latar belakang keahlian yang sesuai dengan pendidikan karyawan dan hanya berdasarkan hasil pelatihan pada saat karyawan diterima bekerja pada pabrik tersebut dalam arti masih bersifat karyawan tradisional. Hal ini disebabkan pabrik tempe Kecamatan Sintang selain kegiatan usahanya berskala mikro juga terbatasnya modal yang dimiliki untuk memberikan pelatihan diluar perusahaan.

Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberikan atau memperkenalkan berupa produk atau jasa untuk menarik pelanggan yang berpotensi menggunakan produk atau jasa tersebut. Dan aktifitas yang berfungsi untuk meyakinkan pelanggan dengan memperlihatkan produk atau jasa tersebut sehingga dapat membujuk pelanggan untuk membelinya. Didalam melakukan kegiatan pemasaran tempe baik di Kecamatan Sintang dan diluar kecamatan Sintang, Pabrik Tempe NTT melakukan kegiatan promosi produk tempe yakni melalui karyawan yang bekerja pada pabrik tempe NTT dengan cara memberikan potongan harga tempe kepada pelanggan lama serta potongan harga bagi konsumen baru yang membeli tempe dalam kuantitas besar dengan tujuan agar pelanggan pabrik tetap bertahan lama berlangganan pada pabrik tempe NTT Kecamatan Sintang, sedangkan bagi konsumen baru diharapkan datang kembali untuk membeli tempe pada pabrik tempe NTT, serta semakin memperbaiki kualitas tempe yang diproduksi serta kemasannya. Selain itu juga Pabrik Tempe NTT melakukan promosi dengan membagi pamflet sederhana kepada masyarakat yang berada diluar Kecamatan Sintang melalui karyawan pabrik yang pergi melakukan penjualan tempe eke daerah-daerah setiap minggu ataupun setiap bulannya serta dititipkan kepada para pelanggan yang datang dari daerah-daerah pada saat membeli tempe di Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang dan promosi melalui media sosial seperti Fb dan Whatsapp.

Dalam memasarkan tempe milik pabrik NTT selama ini karyawan diminta oleh pemilik usaha untuk melakukan promosi produk tempe

kepada setiap pelanggan dan konsumen baru dengan tujuan meningkatkan jumlah penjualan dari sebelumnya. Promosi yang ditetapkan oleh pemilik pabrik tempe NTT Kecamatan Sintang yakni dengan memberikan *discout* (potongan harga) kepada para pelanggan dan konsumen baru yang melakukan pembelian tempe dalam jumlah besar dengan harapan agar pelanggan dan konsumen baru tetap setia membeli tempe pada pabrik tempe NTT dimasa akan datang. Selain promosi pemberian potongan harga, Pabrik Tempe NTT juga melakukan penyebaran pamflet kepada masyarakat di Kecamatan Sintang dan diluar kota Sintang melalui karyawan pabrik yang melakukan penjualan ke daerah-daerah setiap minggu melalui para pelanggan yang berasal dari daerah-daerah pada saat beli tempe secara langsung di Pabrik Tempe NTT. Promosi lainnya juga yakni Pemilik tempe NTT Kecamatan Sintang selalu menginstruksikan kepada karyawan agar kontiyu untuk tetap menjaga kualitas produk yang diproduksi melalui tetap menggunakan bahan baku yang standar didalam pengolahan tempe dan tetap menjaga kebersihan didalam proses produksi, kemasan yang menarik serta pemberian pelayanan yang baik, ramah dan sopan kepada setiap konsumen. Promosi juga dilakukan melalui media sosial.

Pabrik tempe NTT Kecamatan Sintang didalam memasarkan produk tempennya selain memberikan potongan harga kepada para pelanggan dan konsumen yang membeli tempe dalam jumlah banyak juga para karyawannya ramah dan sopan didalam memberikan pelayanannya serta memberikan kemudahan kepada pelanggan dan konsumen khususnya dalam kota Sintang yakni untuk pembelian tempe dalam jumlah yang banyak konsumen cukup order lewat sms dan Watshap barang diantarkan langsung ke rumah pelanggan/konsumen. Promosi lainnya yakni dalam bentuk pembagian pamflet lewat pelanggan/konsumen untuk diedarkan kepada tetangga serta kenalan dari pelanggan/konsumen.

Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang didalam memasarkan produk tempe hasil pabriknya tetap melakukan promosi walaupun kuantitas produksi masih kecil maksimal 270 karung perbulan. Promosi dilakukan dengan pemotongan harga serta media pamflet sederhana,

pemberian pelayanan yang baik, kemasan produk yang bagus. Lokasi promosi produk yakni di Kecamatan Sintang dan luar kecamatan hingga ke daerah-daerah disekitar Kabupaten Sintang terutama kepada masyarakat umum dan kepada pelanggan serta konsumen baru. Promosi juga dilakukan melalui media sosial baik fb dan watshaf.

Sarana dan Prasarana Produksi

Sarana dan Prasarana Sarana adalah semua perangkat peralatan, bahan, dan perabot yang secara langsung digunakan dalam proses produksi dan penjualan. Sedangkan prasarana adalah semua perangkat kelengkapan dasar yang secara tidak langsung menunjang pelaksanaan proses produksi dan penjualan. Sarana dalam artian secara ekonomi yaitu segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan dalam kegiatan perekonomian.

Pabrik Tempe NTT didalam memproduksi tempenya menggunakan sarana 3 mesin pengolah bahan baku tempe samapai pada proses akhir tempe bisa dikemaskan untuk dilakukan pemasaran namun demikian sarana mesin yang digunakan masih terbatas kelengkapannya sehingga masih membutuhkan tenaga manusia didalam mekanisme kerjanya yakni dibantu oleh 6 orang karyawan pabrik sebagai tenaga operasionalnya sesuai dengan bidangnya masing-masing. Selain mesin pengolah tempe, pabrik tempe juga dilengkapi dengan kendaraan roda dua dan roda empat untuk membantu kelancaran kegiatan usaha Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang hingga saat ini. Kendaraan roda dua digunakan untuk karyawan antar jemput bahan baku dan mengantarkan orderan tempe dari konsumen yang jumlahnya kecil serta kegunaan operasional pabrik lainnya, sedangkan kendaraan roda 4 digunakan untuk karyawan pabrik melakukan pemasaran tempe ke daerah - daerah khususnya karena dapat mengangkut tempe dalam jumlah yang besar dan untuk mengantarkan orderan konsumen yang berjumlah banyak sehingga lebih efisien dari aspek waktu dan biayanya.

Pabrik tempe NTT Kecamatan Sintang dari awal kegiatan usahanya masih menggunakan sarana produksi secara tradisional yakni pengolahan tempe murni dengan manual dengan

sarana hasil kreatifitas karyawan. Setelah 2 tahun kemudian pemilik pabrik membeli sarana mesin pengolah tempe 1 unit dan pada tahun ketiga ik membeli 1 unit dan 1 tahun kemudian membeli lagi 1 unit total menjadi 3 unit. Pada tahun ke 5 pabrik tempe NTT membeli kendaraan pickup yang digunakan untuk memasarkan tempe ke daerah-daerah luar kecamatan Sintang, sedangkan untuk angkutan dalam kota Sintang sekitarnya menggunakan kendaraan roda 2 (motor bebek) dikarenakan untuk angkutan bahan mentah pembuatan tempe yang didapatkan dari dalam kota Sintang, jika ada pengiriman banhan mentah pembuatan tempe yang dipesankan dari Pontianak karena dalam jumlah besar maka diangkut dengan menggunakan mobil pickup dari truk menuju pabrik. Didalam operasional kegiatan usaha perusahaan tidak ada mengalami hambatan yang berarti dari aspek sarana dan prasarana kendaraan maupun tempat usaha karena tempat juga sudah bersifat hak milik pribadi. Yang menjadi hambatan dalam kegiatan usaha selama ini yakni ketersediaan bahan mentah untuk pembuatan tempe tidak selamanya ada jual di pasaran kota Sintang secara lengkap sehingga mesti order ke Pontianak sehingga produksi tempe terkadang tidak dapat maksimal sesuai dengan permintaan pasar kuantitasnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Modal usaha Pabrik Tempe NTT dari pemilik usaha secara pribadi pada saat pendirian usaha dari awal hingga saat ini. Pengembangan Usaha Pabrik Tempe NTT dananya selain modal awal juga menggunakan dana dari sisa keuntungan kegiatan usaha yang diakumulasi setiap bulan setelah dipotong dengan biaya operasional total setiap bulannya. Sumber Daya Manusia pada Pabrik Tempe NTT berjumlah 6 orang karyawan dan hanya berpendidikan maksimal SLTA, untuk penyesuaian tempat pekerjaannya masing-masing diikutsertakan langsung pada pekerjaan dibeberapa bidang yang ada pada pabrik tersebut sekaligus bagian dari pelatihan pada bidang-bidang yang ada karna Pabrik Tempe NTT tidak mengirimkan karyawan baru untuk ikut pelatihan SDM secara khusus diluar perusahaan. Pabrik Tempe NTT didalam memasarkan hasil usahanya (Tempe)

melakukan promosi dengan cara melalui karyawan, penyebaran Pamflet, potongan harga penjualan kepada pelanggan dan konsumen biasa serta media sosial secara online seperti lewat WA dan Fb dll. Didalam menjalankan kegiatan usahanya Pabrik Tempe NTT dilengkapi dengan sarana dan prasarana seperti kepemilikan lahan pabrik pribadi, 3 mesin pengolah tempe serta kendaraan roda dua dan kendaraan roda 4 (pickup) sebagai alat transportasi pemasaran hasil usaha (tempe).

Bedasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya tentang Upaya Pengembangan Usaha pembuatan Tempe Pada Pabrik Tempe NTT Kecamatan Sintang Kabupaten Sintang Kabupaten Sintang dapat penulis sarankan Sebaiknya untuk lebih mempercepat perkembangan kegiatan usaha Pabrik Tempe NTT hingga ke daerah-daerah perusahaan melakukan tambahan modal yang lebih besar baik dengan cara pinjaman lunak kepada lembaga perbankan seperti dana KUR ataupun kerjasama modal pada pihak lainnya. Untuk meningkatkan kualitas SDM karyawan sebaiknya pemilik usaha Pabrik Tempe NTT mengirimkan karyawannya untuk ikut berbagai pelatihan diluar perusahaan Pabrik Tempe NTT sehingga diperoleh pengalaman dan keahlian yang berbeda dari sebelumnya. Sarana dan prasarana seperti mesin dan karyawan perlu mendapatkan tambahan sehingga produksi tempe dapat lebih diperbanyak kuantitasnya yang juga berpengaruh terhadap besaran keuntungan yang diterima setiap bulan dan setiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

Amirullah dan Imam Hardjanto. (2010). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : Graha ilmu.
Arikunto, S, (2012), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta. Jakarta.

American Marketing Association (AMA) (2009) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran.
Gregg, 2012. *Adsorption, Surface Area and Porosity*. 2nd edition. Academic Press. London.
Hasibuan, Malayu Sp. (2012). *Manajemen SDM*. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tujuh. Jakarta : Bumi Aksara.
Departemen Pendidikan Nasional (2014) *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Cetakan ke delapan Belas Edisi IV. Jakarta : Pustaka.
Hasibuan, Malayu Sp. (2012). *Manajemen SDM*. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tiga belas. Jakarta : Bumi Aksara.
Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
Listyawan Ardi Nugraha. (2011). *Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri Kerajinan Perak Di Desa Sodo Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunung Kidul*. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta.
Moleong, Lexy. (2012), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
Tjiptono, Fandy. (2010). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
T. Hani Handoko, (2014) *Manajemen*, Edisi II, Yogyakarta: PT. BPFE.
Yuwono (2012). *Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembangunan Hutan Rakyat Pola Kemitraan di Kabupaten Musi Rawas Propinsi Sumatera Selatan*.