

## MANAJEMEN USAHA

Produk Unggulan Lokal Stik Jagung Ikan





# MANAJEMEN USAHA

PRODUK UNGGULAN LOKAL STIK JAGUNG IKAN

(JaguAn)

Idris Yanto Niode & Herwin Mopangga

IP.046.10.2016

---

**MANAJEMEN USAHA**  
**(JaguAn)**

**Idris Yanto Niode & Herwin Mopangga**

Pertama kali diterbitkan dalam bahasa Indonesia  
oleh **Ideas Publishing**, Oktober 2016

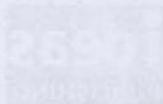
Alamat: Jalan Gelatik No. 24 Kota Gorontalo  
Telp/Faks. 0435 830476  
e-mail: [infoideaspublishing@gmail.com](mailto:infoideaspublishing@gmail.com)  
Anggota Ikapi, Februari 2014 No. 001/GORONTALO/14

ISBN : 978-602-0889-72-6

Editor: Abdul Rahmat  
Penata Letak: Dede Yusuf  
Ilustrasi dan Sampul: Andri Pahudin

---

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang  
dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit



## **Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta**

### **Lingkup Hak Cipta**

#### **Pasal 2**

1. Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### **Ketentuan Pidana**

#### **Pasal 72**

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat satu bulan dan atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7(tujuh) tahun dan atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memarkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

## KATA PENGANTAR

Buku ini memuat tentang Manajemen Usaha Produk Unggulan Lokal Stik Jagung Ikan (**JaguAn**) yang merupakan kompilasi dari hasil penelitian dan pengabdian masyarakat yang dilakukan penulis selama 3 (tiga) tahun dari 2014 sampai dengan 2016 dengan obyek kajian dan intervensi program pada IKM Cahaya Bintang Cakrawala (CBC) dan IKM Putri.

Harapan penulis buku ini kiranya dapat bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM khususnya bagi usaha stik jagung ikan dan usaha panganan lainnya yang sejenis. Dalam buku ini disajikan beberapa materi yang memang merupakan hasil penelitian dan pengabdian masyarakat yang selama ini dilakukan oleh penulis. Disamping itu penulis sengaja menambahkan beberapa topik materi yang merupakan materi yang dianggap sangat berguna bagi kelangsungan usaha bagi para pelaku usaha UMKM.

Buku ini terselesaikan adalah berkat kehendak Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemurahan-Nya. Untuk itu penulis merasa bersyukur dan berusaha menyajikan sesuatu yang dapat bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan khususnya bagi pelaku usaha UMKM dan bagi calon – calon wirausaha baru serta bagi mahasiswa yang tertarik untuk mempelajari mata kuliah manajemen UKM dan Studi Kelayakan Bisnis .

Dalam kesempatan ini perkenankanlah saya menyampaikan/ mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan buku ini. Secara khusus saya mengucapkan terima kasih kepada: pimpinan IKM Cahaya Bintang Cakrawala (CBC) saudari Sefia Kiayi, SE. Dan pimpinan/ pemilik IKM Putri saudari Vivi Suaib yang bersedia menjadi mitra program Ipteks bagi Masyarakat (IbM) selama dua tahun dan selalu ikhlas

mendampingi serta memberikan informasi bagi penulis guna kelancaran penyusunan buku ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa buku ini masih dimungkinkan terdapat kekurangan. Untuk itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat membantu penulis dalam perbaikan di dalam penulisan buku ini dan buku lainnya dikesempatan selanjutnya. Semoga buku ini bermanfaat. Terima kasih

Gorontalo, Oktober 2016  
Penulis

# DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| Kata Pengantar .....                                 | i          |
| Daftar Is.....                                       | iii        |
| <b>BAB I</b>   |            |
| MANAJEMEN USAHA KECIL .....                          | 1          |
| <b>BAB II</b>  |            |
| WIRAUUSAHA DAN ILMU EKONOMI .....                    | 13         |
| <b>BAB III</b>                                       |            |
| METODE MANAJEMEN USAHA .....                         | 25         |
| <b>BAB IV</b>  |            |
| IDE DASAR BISNIS STIK JAGUNG IKAN .....              | 37         |
| <b>BAB V</b>   |            |
| POTENSI STIK JAGUNG IKAN .....                       | 47         |
| <b>BAB VI</b>  |            |
| PROGRAM IPTEKS BAGI MASYARAKAT .....                 | 61         |
| <b>BAB VII</b>                                       |            |
| PENANGANAN PERMASALAHAN UKM MITRA.....               | 81         |
| <b>BAB VIII</b>                                      |            |
| TECHNOPRENEURSHIP JAGUNG<br>DAN IKAN GORONTALO ..... | 93         |
| <b>BAB IX</b>  |            |
| LEGALISASI USAHA.....                                | 103        |
| <b>BAB X</b>   |            |
| MENCARI DAN MEMBUKA PINTU PROSPEK .....              | 113        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                           | <b>119</b> |



# BAB I MANAJEMEN USAHA KECIL

## A. KEBUTUHAN AKAN MANAJEMEN

Ilmu manajemen sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi dimana lingkungan bisnis dan perkembangan teknologi informasi yang berubah begitu cepat, serta persaingan bisnis yang begitu tajam mendorong sebuah organisasi harus mempunyai konsep pengelolaan manajemen yang baik.

Organisasi-organisasi yang tidak memiliki manajemen yang baik tentunya akan menjadi kacau bahkan mungkin gulung tikar. Hal ini terbukti dengan jelas didalam situasi tidak normal seperti adanya bencana, ketika organisasi sedang tidak teratur atau mengalami kemunduran. Didalam keadaan yang membahayakan organisasi tersebut manajemen sangat dibutuhkan untuk membenahi organisasi agar menjadi baik.

Setiap organisasi mempunyai keterbatasan akan sumber daya manusia, uang dan fisik untuk mencapai tujuan organisasi. Keberhasilan mencapai tujuan tergantung pada pemilihan tujuan yang akan dicapai dan cara menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan tersebut. Manajemen menentukan keefektifan dan efisiensi kegiatan - kegiatan organisasi. Menurut Peter Drucker, efisiensi ditekankan pada melakukan pekerjaan dengan benar (*Doing*



*things right*) sedangkan efektif adalah melakukan pekerjaan yang benar (*Doing the right things*).

Efektif mengacu pada pencapaian tujuan sedang efisien mengacu pada penggunaan sumber daya minimum untuk menghasilkan keluaran (outputs) yang telah ditentukan. Bagi manajemen diutamakan efektif lebih dahulu baru efisien. Jadi, organisasi membutuhkan manajemen terutama untuk tiga hal yang terpenting, yaitu:

1. Pencapaian tujuan secara efektif dan efisien
2. Menyeimbangkan tujuan-tujuan yang saling bertentangan dan menentukan skala prioritas
3. Mempunyai keunggulan daya saing (*competitive advantage*) dalam menghadapi persaingan global

### ***Pengertian Manajemen***

Beberapa pendapat:

1. Enciclopedia of The Social Sciences  
Didalam Enciclopedia of The Social Sciences, manajemen diartikan sebagai proses pelaksanaan suatu tujuan tertentu yang diselenggarakan dan diawasi.
2. Mary Parker Follet  
Menurut Mary Parker Follet, manajemen adalah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.
3. Thomas H. Nelson  
Manajemen perusahaan adalah ilmu dan seni memadukan ide - ide, fasilitas, proses, bahan dan orang - orang untuk menghasilkan barang atau jasa yang bermanfaat dan menjualnya dengan menguntungkan.
4. James A.F Stoner  
Manajemen diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengawasan upaya

(usaha-usaha) anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

5. Prof. Drs. Oei Liang Lie

Manajemen adalah ilmu dan seni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengawasan sumber daya manusia dan alam, terutama sumberdaya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

6. G.R Terry

Menurut Terry, manajemen diartikan sebagai proses yang khas yang terdiri dari atas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan dan usaha mencapai sasaran - sasaran dengan memanfaatkan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya.

Menarik memang untuk memahami definisi - definisi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli di atas. Inti dari manajemen adalah sebuah ilmu dan seni dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan proses pencapaian tujuan. Dalam penyelesaian akan sesuatu **Erni Tisnawaty Sule** dalam bukunya (*Pengantar Manajemen*) terdapat tiga faktor yang terlibat:

1. Adanya penggunaan sumber daya organisasi, baik sumber daya manusia maupun faktor-faktor produksinya. Atau sebagaimana menurut Griffin, sumber daya tersebut meliputi sumber daya manusia, sumber daya alam, sumber daya keuangan, serta informasi.
2. Adanya proses yang bertahap dari mulai perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengimplementasian, hingga pengendalian dan pengawasan.
3. Adanya seni dalam menyelesaikan pekerjaan.

## **B. USAHA KECIL**

Pembahasan mengenai Usaha Kecil tidak lepas dari pemahaman tentang lingkungan dan system perusahaan berskala kecil serta pengusahanya. Berbagai kegiatan yang dilakukan Usaha Kecil dan hambatan – hambatan yang dijumpai dalam dunia usaha tercakup dalam suatu istilah yang disebut Entrepreneurship atau kewirausahaan sangat mendominasi perilaku bisnis dan sangat menentukan arah masa depan bagi suatu usaha kecil.

### ***Kriteria Usaha Kecil***

Menurut KADIN dan Asosiasi serta Himpunan Pengusaha Kecil, juga kriteri dari Bank Indonesia, maka yang termasuk kategori **Usaha Kecil** adalah:

#### **a. Usaha Perdagangan:**

Keagenan, Pengecer, Ekspor/Impor, dan lain-lain dengan Modal Aktif Perusahaan (MAP) tidak melebihi Rp. 150.000.000/tahun dan Capital Turn-Over (CTO) atau Perputaran Modal tidak melebihi Rp. 600.000,00.

#### **b. Usaha Pertanian:**

Pertanian pangan maupun perkebunan, perikanan Darat/Laut, peternakan dan usaha lain yang termasuk lingkup pengawasan Departemen Pertanian. Ketentuan batas MAP dan CTO seperti butir I.a diatas.

#### **c. Usaha Industri**

Industri Logam/Kimia, makanan/minuman, pertambangan, bahan galian, serta aneka industry kecil lainnya, dengan batas MAP = Rp. 250.000.000,00 serta batas CTO = Rp. 1.000.000.000,00.

#### **d. Usaha Jasa**

Menjual tenaga/pelayanan bagi pihak ketiga, konsultan, perencana, perbengkelan, transportasi serta restoran dan lainnya dengan batas MAP dan CTO seperti butir I.a diatas.

#### **e. Usaha Jasa Kontruksi:**

Kontraktor bangunan, Jalan, Kelistrikan, Jembatan, Pengairan dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan teknis kontruksi bangunan, dengan batas MAP dan CTO seperti butir l.c.

Pada masing – masing jenis usaha dari butir A.1.a s/d` A.1.e. diatas, batas tenaga kerja perusahaan tidak lebih dari 300 orang. Berbeda dengan di Amerika, kriterianya lebih seragam dan untuk semua jenis usaha dengan batasan:

1. Modal dan Assets tidak melebihi US\$ 3.000.000
2. Tenaga kerja tidak melebihi : 100 orang.

#### **Bentuk dan Jenis Usaha Kecil**

Berbagai usaha kecil yang terdapat di Indonesia dapat digolongkan menurut bentuk-bentuk, jenis serta kegiatan yang dilakukannya. Penggolongan menurut bentuk berdasarkan pada kepemimpinan dan pertanggungjawabannya. Penggolongan menurut jenis berdasarkan pada jenis produk atau jasa yang dihasilkan serta aktifitas yang dilakukannya. Disamping penggolongan berdasarkan kategori diatas, pada hakikatnya usaha kecil yang ada secara umum dikelompokkan kedalam 3 (tiga) golongan khusus yang meliputi:

##### **a. Industri Kecil**

Misalnya: industry kerajinan rakyat, indutri cor logam, konveksi dan berbagai industry lainnya.

##### **b. Perusahaan Berskala Kecil**

Misanya: Penyalur, Toko Kerajinan, Koperasi, Waserba, Restoran, Toko Bunga, Jasa Profesi, dan lainnya.

##### **c. Sector Informal**

Misalnya: Agen Barang Bekas, Kios Kaki Lima, dan lainnya.

*Bentuk*

Berdasarkan bentuk usahanya, maka perusahaan kecil yang terdapat di Indonesia dapat digolongkan ke dalam 2 bentuk:

1. Usaha Perseorangan
2. Usaha Persekutuan/partnership.

Usaha perseorangan bertanggung jawab kepada pihak ketiga atau pihak lain (dalam hal ini konsumen) dengan dukungan harta kekayaan perusahaan yang merupakan milik pribadi dari pengusaha yang bersangkutan. Jumlahnya di Indonesia cukup besar dan skala usahanya relative kecil. Pada umumnya lebih mudah untuk didirikan, karena tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan bertahap seperti bentuk-bentuk usaha lainnya.

Usaha persekutuan berusaha mencapai tujuan-tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Merupakan bentuk kerja sama dari beberapa orang yang bertanggung jawab secara pribadi terhadap kewaiban-kewajiban usaha persekutuannya. Bentuk pertanggungjawaban dan pola kepemimpinannya berbeda-beda menurut bentuk-bentuk persekutuan yang dibentuk.

### *Jenis*

Jenis usaha kecil dikategorikan berdasarkan jenis produk atau jasa yang dihasilkan maupun aktifitas yang dilakukan oleh suatu usaha kecil, serta mengacu pada criteria usaha kecil yang telah dikenal pada butir A.1. diatas.

Berbagai ragam dan jenis usaha kecil yang dikenal meliputi:

- a. Usaha perdagangan:

Keagenan: Agen Koran dan majalah, sepatu, pakaian, dan lain-lain. Pengecer: minyak, kebutuhan sehari-hari buah-buahan, dan lain-lain. Ekspor/Impor: Berbagai produk local dan internasional. Sector Informal: pengumpulan barang bekas, kaki lima, dan lain-lain.

- b. Usaha pertanian:

- Pertanian pangan maupun perkebunan: bibit dan peralatan pertanian, buah-buah, dan lain-lain.
- Perikanan Darat/Laut: tambak udang, pembuatan krupuk ikan dan produk lain dari hasil perikanan darat dan laut.
- Peternakan dan usaha lain yang termasuk lingkup pengawasan Departemen Pertanian: Produsen telur ayam, susu sapi, dan lain-lain produksi hasil peternakan.
- c. Usaha Industri:
- Industry Logam/Kimia: Perajin Logam, perajin kulit, keramik, fiberglass, marmer, dan lain-lain.
- Makanan/Minuman: Produsen makanan tradisional, minuman ringan, catering, produk lainnya.
- Pertambangan, bahan galian, serta aneka Industri kecil: Pengrajin Perhiasan, batu – batuan, dan lainnya.
- Konveksi: Produsen garment, batik, tenun-ikat, dan lain-lain.
- d. Usaha Jasa:
- Konsultan: konsultan Hukum, Pajak, Manajemen, dan lain – lain.
- Perencana: perencana teknis, perencana system, dan lain – lain.
- Perbengkelan: bengkel mobil, elektronik, jam, dan lain – lain
- Transportasi: Travel, taxi, angkutan Umum, dan lain-lain
- Restoran: Rumah makan, Coffe-shop, cafeteria, dan lain-lainnya.
- e. Usaha Jasa Kontruksi:
- Kontraktor Bangunan, jalan, Kelistrikan, Jembatan, Pengairan dan usaha – usaha lain yang berkaitan dengan Teknis Kontruksi Bangunan.

### **Keunggulan dan Kelemahan Usaha Kecil**

Pemerintah melalui Departemen Perindustrian, Departemen Tenaga Kerja, Departemen Perdagangan serta pihak Perbankan telah melakukan upaya semaksimal mungkin dalam membantu pengusaha lain, industry kecil maupun sector informal. Melalui

strategi pengembangan industry kecil, pada akhir Pelita III telah dicapai jumlah unit usaha kecil yang tersebar di pulau Jawa (76,54%) serta di Provinsi lainnya (23,46%). (sumber: Data dan Profil Industri Kecil di Indonesia-Departemen Perindustrian RI).

### ***Keunggulan Usaha Kecil.***

Pada kenyataannya, usaha kecil mampu tetap bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian yang diakibatkan inflasi maupun berbagai factor penyebab lainnya, tanpa subsidi dan proteksi, industry kecil di Indonesia mampu menambah nilai devisa bagi Negara, sedangkan sector informal mampu berperan sebagai Buffer (penyangga) dalam perekonomian masyarakat lapisan bawah, secara umum perusahaan skala kecil baik perorangan maupun kerjasama memiliki keunggulan dan daya tarik seperti (Subanar: 2001):

- 1) Pemilik merangkap Manajer perusahaan yang bekerja sendiri (merangkap semua fungsi manajerial seperti marketing, finance dan administrasi).
- 2) Perusahaan keluarga, dimana pengelolanya mungkin tidak memiliki keahlian Manajerial yang handal.
- 3) Sebagian besar membuat lapangan pekerjaan baru, inovasi, sumber daya baru serta barang dan jasa – jasa baru.
- 4) Resiko usaha menjadi beban pemilik
- 5) Pertumbuhan yang lambat, tidak teratur, terkadang cepat dan premature (premature high-growth)
- 6) Fleksibel terhadap bentuk fluktuasi jangka pendek, namun tidak memiliki rencana jangka panjang (Corporate-Plan)
- 7) Independen dalam penentuan harga produksi atas barang atau jasa – jasanya
- 8) Prosedur hukumnya sederhana

- 9) Pajak relative ringan, karena yang dikenakan pajak adalah pribadi/pengusaha, bukan perusahaannya
- 10) Kontak – kontak dengan pihak luar bersifat pribadi
- 11) Mudah dalam proses pendiriannya
- 12) Mudah dibubarkan setiap saat jika dikehendaki
- 13) Pemilik mengelola secara mandiri dan bebas waktu
- 14) Pemilik menerima seluruh laba
- 15) Umumnya mempunyai kecenderungan mampu untuk survive
- 16) Merupakan tipe usaha yang paling cocok untuk mengelola produk, jasa atau proyek perintisan, yang sama sekali baru atau belum pernah ada yang mencobanya, sehingga memiliki sedikit pesaing
- 17) Terbukanya peluang dengan adanya berbagai kemudahan dalam peraturan dan kebijakan pemerintah yang mendukung berkembangnya usaha kecil di Indonesia
- 18) Diversifikasi usaha terbuka luas sepanjang waktu dan pasar konsumen senantiasa tergal melalui kreatifitas pengelola
- 19) Relatif tidak membutuhkan investasi yang terlalu besar, tenaga kerja yang tidak berpendidikan tinggi, serta sarana produksi lainnya yang tidak terlalu mahal
- 20) Meskipun tidak terlalu nyata, masing – masing usaha kecil dengan usaha kecil yang lain saling ketergantungan secara moral dan semangat berusaha

Disamping keunggulan secara umum seperti diatas, usaha kecil memiliki arti strategis secara khusus bagi suatu perekonomian, diantaranya:

1. Dalam banyak pengerjaan produk tertentu, perusahaan besar banyak bergantung pada perusahaan – perusahaan kecil, karena jika dikerjakan sendiri oleh mereka (perusahaan besar) maka marginnya menjadi tidak ekonomis.

2. Mempunyai pemerataan konsentrasi dari kekuatan – kekuatan ekonomi dalam masyarakat.

### ***Hambatan dalam Pengelolaan Usaha Kecil***

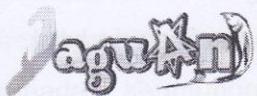
Berbagai kendala yang menyebabkan kelemahan serta hambatan bagi pengelolaan suatu usaha kecil diantaranya masih menyangkut factor intern dari usaha kecil itu sendiri serta beberapa factor ekstern, (Subanar: 2011) seperti:

1. Umumnya pengelola small-business merasa tidak memerlukan ataupun tidak pernah melakukan **Studi Kelayakan, Penelitian Pasar, Analisis Perputaran Uang Tunai/Kas**, serta berbagai penelitian lain yang diperlukan suatu aktivitas bisnis.
2. Tidak memiliki Perencanaan Sistem Jangka Panjang, Sistem Akuntansi yang Memadai, Anggaran Kebutuhan Modal, Struktur Organisasi dan Pendelegasian Wewenang, serta alat – alat kegiatan manajerial lainnya (Perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian usaha) yang umumnya diperlukan oleh suatu perusahaan bisnis yang **profit-oriented**.
3. Kekurangan informasi bisnis, hanya mengacu pada intuisi dan ambisi pengelola, lemah dalam promosi
4. Kurangnya petunjuk pelaksanaan teknis operasional kegiatan dan pengawasan mutu hasil kerja dan produk, serta tidak konsisten dengan ketentuan order/pesanan, yang mengakibatkan klaim atau produk yang ditolak
5. Tingginya Labour Turn-Over (PHK)
6. Terlalu banyak biaya – biaya yang diluar pengendalian serta utang yang tidak bermanfaat, juga tidak dipatuhinya ketentuan – ketentuan pembukuan standar
7. Pembagian kerja tidak proporsional, sering terjadi pengelola memiliki pekerjaan yang melimpah atau karyawan yang bekerja diluar batas kerja standar.

8. Kesulitan modal kerja atau tidak mengetahui secara tepat berapa kebutuhan modal kerja, sebagai akibat tidak adanya perencanaan kas.
9. Persediaan yang terlalu banyak , khususnya jenis barang - barang yang salah (kurang laku).
10. Lain –lain yang menyangkutmist- manajemen ketidakpedulian pengelola terhadap prinsip – prinsip manajerial.
11. Resiko dan utang – utang kepada pihak ketiga ditanggung oleh kekayaan pribadi pemilik.
12. Perkembangan usaha tergantung pada pengusaha yang setiap waktu dapat berhalangan karena sakit atau meninggal.
13. Sumber modal terbatas pada kemampuan pemilik.
14. Perencanaan dan program pengendalian tidak ada atau belum pernah merumuskannya.

Meskipun demikian, pemerintah tetap mendorong agar industry/usaha kecil mampu lebih berkembang dan mandiri dengan melaksanakan berbagai program pengembangan usaha kecil yang dilaksanakan oleh pemerintah maupun pihak – pihak atau Lembaga Swadaya Masyarakat, diantaranya:

- a. Program peningkatan kemampuan usaha.
- b. Program pengembangan industry kecil untuk menunjang Ekspor.
- c. Program pengembangan keterkaitan system Bapak Angkat dengan mitra Usahnya.
- d. Program pengembangan Wiraswasta dan Tenaga Profesi.
- e. Program Penelitian dan Pengembangan Industri Kecil.
- f. Program Penciptaan/pengaturan Iklim dan kerja sama
- g. Program Pengembangan Usaha Kecil dari berbagai Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta.
- h. Seminar dan pameran produk – produk industry kecil tingkat Nasional maupun Internasional.



## BAB II WIRAUUSAHA DAN ILMU EKONOMI

### A. WIRAUUSAHA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI

Ilmu Ekonomi sering dikatakan sebagai cabang ilmu sosial yang paling populer. Hampir semua disiplin ilmu baik eksakta maupun non-eksakta memiliki hubungan atau minimal bersinggungan dengan ilmu ekonomi. Selain memperhatikan perilaku manusia dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan, ilmu ekonomi juga merupakan seni dan keterampilan dalam mengambil keputusan strategis dan pilihan rasional untuk meningkatkan kualitas hidup dan atau melepaskan diri dari kesengsaraan (Mopangga, 2014b:2). Topik ekonomi juga menjangkau problematika individual, sosial dan global dalam jangka pendek, menengah dan jangka panjang, sekaligus upaya untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi. Sebut saja tentang produksi, distribusi, konsumsi, tingkat harga, pendapatan, tabungan, pinjaman atau utang, investasi, ekspor impor, uang dan lembaga keuangan, peran pemerintah dan swasta, kerjasama antarnegara atau kawasan, pengentasan kemiskinan dan pengangguran, ketenagakerjaan dan banyak lagi.

Para pengajar dan pemerhati ilmu ekonomi cenderung sepakat bahwa setiap orang yang belajar ilmu ekonomi memiliki tujuan yang jamak (*multiple goals*) tidak hanya sekedar memiliki kompetensi dalam disiplin ilmu tersebut tetapi lebih dari itu agar dirinya dapat

berperan dalam perekonomian, apapun jenis pekerjaan dan mata pencahariannya, apakah sebagai aparatur negara (birokrat dan militer), kalangan profesional maupun mendirikan usaha atau berwirausaha. Berwirausaha atau menjadi pengusaha adalah jenis pekerjaan yang mulia karena disamping menghindarkan diri sendiri dari menganggur (*idle*) juga sekaligus membuka lapangan kerja bagi orang lain

Penciptaan wirausaha (*entrepreneur*) menjadi alternatif solusi atas berbagai masalah di masyarakat seperti kemiskinan dan kesenjangan sosial, meningkatnya pengangguran usia produktif dan menipisnya cadangan pasokan energi, yang kesemuanya menuntut adanya tindakan kreatif dan inovatif. Jiwa kewirausahaan bukan hanya sebatas kecerdasan akademik dan keterampilan menghasilkan produk tetapi juga jiwa dinamis dalam menangkap tantangan dan resiko kemudian merubahnya menjadi peluang dan potensi pertumbuhan (Soegoto, 2009).

Wirausaha baru berbasis teknologi atau wirausaha inovatif atau dalam bentuk yang lebih umum dikenal sebagai industri kecil menengah (IKM) inovatif merupakan komponen penting dalam perekonomian suatu bangsa. Hal ini antara lain disebabkan oleh dampak yang dihasilkannya seperti penciptaan lapangan kerja baru, potensi penghasilan pajak dan aktor penting dalam mengadopsi inovasi teknologi untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi (*high value added products*). Keberadaan dan peran wirausaha inovatif baru menjadi semakin penting di tengah rendahnya kapasitas industri lokal yang sudah mapan untuk mengadopsi hasil riset lembaga penelitian dalam negeri karena faktor resiko teknis dan bisnis yang masih tinggi sehingga wirausaha inovatif baru berbasis teknologi ini akan menjadi industri yang berbasis inovasi teknologi di masa depan.

Kewirausahaan dalam perspektif ekonomi dapat dijelaskan dari peluang usaha. Pertanyaan utama kegiatan wirausaha adalah apakah seseorang melihat peluang usaha di sekitar lingkungannya? Peluang usaha merupakan situasi dimana memungkinkan seseorang menciptakan kerangka pikir baru dalam rangka mengkreasi dan mengkombinasikan sumberdaya, ketika pengusaha merasa yakin terhadap keuntungan yang diperoleh (*Shane*, 2003). Perbedaan utama antara peluang kewirausahaan dengan situasi yang lain adalah dalam peluang usaha adalah orang mencari keuntungan yang membutuhkan suatu kerangka pikir yang baru daripada sekadar mengoptimalkan kerangka pikir yang telah ada sebelumnya. *Schumpeter* dalam *Shane* (2003) percaya bahwa informasi baru merupakan suatu yang penting dalam menjelaskan eksistensi peluang usaha. Perubahan teknologi, tekanan politik, faktor-faktor lingkungan makro dan kecenderungan sosial dalam menciptakan informasi baru yang dapat digunakan pengusaha untuk mendapatkan dan mengkombinasikan kembali sumber daya dalam bentuk yang lebih bernilai. *Kizner* berpendapat bahwa peluang kewirausahaan hanya membutuhkan cara baru untuk membuat inovasi berdasarkan informasi yang telah tersedia yaitu *belief* mengenai cara menggunakan sumber daya seefisien mungkin.

Perubahan teknologi merupakan sumber penting dalam kewirausahaan karena memungkinkan untuk mengalokasikan sumber daya secara berbeda dan lebih potensial (*Casson*, 1995). Faksimili, surat dan telepon digunakan sebelum ditemukannya e-mail. Email ternyata lebih produktif untuk mengirim informasi dibandingkan tipe lain. Penemuan internet ini memungkinkan orang membuat kombinasi sumber daya baru yang disebabkan perubahan teknologi. *Blau* (1978) meneliti wirausahawan mandiri di AS selama dua dekade dan menemukan bahwa perubahan teknologi meningkatkan jumlah wirausahawan mandiri. Hasil penelitian *Shane*

(1996) juga memperlihatkan bahwa jumlah organisasi di tahun 1899 sampai 1988 meningkat seiring perubahan teknologi.

Perubahan politik dan kebijakan juga menjadi peluang wirausaha karena perubahan tersebut memungkinkan rekombinasi sumber daya agar lebih produktif. Beberapa kejadian empiris mendukung argumen bahwa perubahan politik adalah peluang usaha. *Delacoxroix* dan *Carool* (1993) meneliti Koran Argentina dari tahun 1800-1900 dan Koran Irlandia 1800-1925 menemukan bahwa ada hubungan positif antara perubahan politis dengan meningkatnya pertumbuhan perusahaan baru. Perangpun dapat menjadi peluang usaha dengan menyediakan peralatan perang. Perubahan sistem demokrasi semenjak reformasi di Indonesia dengan pemberlakuan pemilihan kepala daerah langsung gubernur, bupati dan walikota membuka ruang berwirausaha mendirikan sablon, percetakan dan sejenisnya.

Kebijakan juga dapat menumbuhkan minat berwirausaha. Regulasi ini penting karena menyangkut legalitas sebuah perusahaan. Studi yang dilakukan oleh *Kelly & Kelly* dan *Amburgey* (1991) menemukan bahwa pertumbuhan maskapai penerbangan di Amerika Serikat meningkat setelah adanya paket deregulasi airline. Demikian juga di Indonesia, jika zaman orde baru hanya didominasi dengan 2 atau 3 airline, dalam era reformasi ini lebih dari 10 airline. Sebelum terkena banjir lumpur, Sidoarjo adalah kabupaten yang menerapkan layanan satu atap. Hasilnya memang mampu mendorong iklim usaha karena kemudahan wirausaha mendapatkan izin usaha. Pengalaman sukses ini telah diadopsi oleh banyak kota dan kabupaten di Jawa maupun luar Jawa.

## **B. ARTI WIRAUSAHA DALAM PEMBANGUNAN**

Kemiskinan, kesenjangan sosial dan spasial, pengangguran usia produktif, kelangkaan pangan dan menipisnya cadangan energi

merupakan tantangan besar bagi bangsa Indonesia memasuki pasar bebas dan persaingan global (Mopangga, 2014a:79). Solusi yang bisa ditempuh untuk dapat keluar dari kompleksitas persoalan diatas menuntut jiwa, pikiran dan tindakan kreatif dan inovatif, diantaranya melalui penciptaan wirausaha muda (*young entrepreneur*) dalam jumlah dan kualitas memadai. Indonesia memiliki 95 % usaha kecil, 3 % usaha menengah, dan 2 % usaha besar dengan penyerapan tenaga kerja oleh usaha kecil dan menengah mencapai 50 %. Ini menunjukkan bahwa usaha kecil menengah tumbuh subur dan berkontribusi sangat signifikan pada pendapatan masyarakat dan penyerapan tenaga kerja.

Masyarakat dan negara membutuhkan lebih banyak wirausaha untuk menggerakkan perekonomian, membantu menciptakan kondisi sosial budaya yang sehat dan dinamis sekaligus meminimalisir potensi negatif bangsa. Ciputra (2009:32) mengatakan bahwa wirausaha merupakan solusi tepat untuk menyelesaikan masalah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia, karena dengan hanya berbekal ijazah tanpa kecakapan kewirausahaan (*entrepreneurship*), siapkanlah diri untuk antri pekerjaan karena saat ini pasokan tenaga kerja lulusan perguruan tinggi terlampau besar dan tidak sebanding dengan peluang kerja yang tersedia. Kewirausahaan berarti *mindset* atau pola pikir untuk membangun bangsa agar maju. Gerakan *entrepreneurship* di dunia dilakukan di 140 negara, baik negara maju maupun negara berkembang. Ini bukti besarnya dunia menganggap *entrepreneurship* sebagai *mindset* untuk membangun bangsa, ujar Ciputra dalam sambutannya pada acara Pembukaan *Global Entrepreneurship Week* 2013 di Gedung Bank Indonesia, Rabu 20 Nopember 2013 (Kompas, 20 Nopember 2013).Ancaman juga semakin bertambah dengan berlakunya *ASEAN Economy Community* atau Masyarakat Ekonomi Asean dimana hal ini membuka kesempatan bagi tenaga kerja dari negara-negara

tetangga di kawasan yang memiliki kemampuan, kapasitas dan kompetensi untuk memasuki bursa kerja di tanah air.

Badan Pusat Statistik (2013) dalam Mopangga (2014a:79) menyebutkan bahwa jumlah wirausaha di Indonesia melonjak dari 0,24 % tahun 2009 menjadi 1,65 % di akhir 2013, namun jumlah ini harus terus ditingkatkan menuju jumlah ideal, yakni 2 % dari total penduduk, sebab wirausaha merupakan penggerak pembangunan ekonomi tanah air. Saat ini, ketika Amerika Serikat sudah memiliki 11,5 hingga 12 %, Singapura 7 % serta Cina dan Jepang 10 %, maka wirausaha Indonesia baru mencapai 0,24 % dari total 238 juta jiwa, dan itu berarti masih dibutuhkan sekitar 4 juta wirausaha baru. Padahal bangsa ini menghasilkan sekitar 700 ribu orang sarjana baru setiap tahunnya, dan memiliki kemampuan untuk melipatgandakan pertumbuhan ekonomi, pendapatan total maupun perkapita, menurunkan angka pengangguran dan kemiskinan bilamana mampu meningkatkan jumlah wirausaha sukses dengan pemanfaatan teknologi yang tumbuh pesat dewasa ini. Faktanya, minat mahasiswa untuk berwirausaha masih rendah. Tercatat lebih dari 10.000 mahasiswa mengikuti program sarjana wirausaha di tahun 2011, namun hanya sekitar 5.000an saja yang merealisasikannya. Data Kemenkop UKM (2012), hanya 7,4% dari 4,8 juta mahasiswa yang meminati wirausaha, itu artinya angkanya tidak lebih dari 355.200 orang.

Jumlah pelaku wirausaha di Indonesia hingga kini masih belum mencapai angka ideal yakni 2% dari jumlah penduduk Indonesia. Data terkini dari *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) menunjukkan bahwa Indonesia baru mempunyai sekitar 1,65 % pelaku wirausaha dari total jumlah penduduk 250 juta jiwa (Kompas, 30 Maret 2016). Data itu juga menunjukkan bahwa jumlah yang dimiliki Indonesia tertinggal dibanding tiga negara jiran yakni Singapura, Malaysia dan Thailand. Ketiganya mencatatkan angka

masing-masing 7, 5 dan 3% dari total jumlah penduduknya. Kendati begitu, masih menurut GEM, hasrat rakyat Indonesia untuk menjadi pelaku wirausaha menduduki posisi kedua. Posisi ini cuma satu level di bawah Filipina. Sementara, negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Jepang bahkan memiliki jumlah pengusaha lebih dari 10% dari jumlah populasi.

Wirausaha dapat diidentikkan dengan dua kata kunci yakni **peluang** dan **resiko**. Seseorang yang berjiwa wirausaha tidak berhenti pada resiko yang mungkin timbul tetapi justru melihat bahwa tantangan dan berbagai resiko adalah peluang menciptakan pertumbuhan. Seperti dikemukakan Zimmerman dan Scarborough (2002) bahwa wirausaha adalah seseorang yang menciptakan sebuah bisnis baru dengan mengambil resiko ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan berbagai sumberdaya. Intinya kemampuan seorang wirausaha terletak pada kemampuannya mengubah tantangan, ancaman dan resiko menjadi peluang-peluang pertumbuhan dan kesuksesan.

Wirausaha adalah seorang yang mandiri, yaitu orang yang memiliki usaha sebagai sumber penghasilannya. Dia tidak menggantungkan nasib, pekerjaan, penghasilan maupun kondisi ekonomi dirinya kepada orang lain. Bermodal tipikal jiwa kreatif, inovatif, tekun dan menerima resiko, dia menghimpun sumber-sumber atau faktor produksi dan menyusun organisasi usahanya, karena tindakan-tindakan itu mempunyai dampak cukup luas. Menciptakan lapangan kerja bagi diri dan penghasilan untuk diri sendiri, menciptakan lapangan kerja dan penghasilan bagi orang yang lain, memanfaatkan sumber-sumber bahan baku yang belum digunakan sehingga bergunabagi masyarakat, menciptakan teknologi sehingga menambah akumulasi teknologi yang sudah ada dalam masyarakat, mendorong investasi dibidang-bidang lain,

memperluas pajak bagi pemerintah dan meningkatkan citra bagi suatu bangsa, sehingga secara keseluruhan mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

### C. PENGERTIAN KEWIRAUSAHAAN

Kewirausahaan sering diartikan sebagai sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan mewujudkan gagasan inovatif ke dunia nyata secara kreatif (Prasetyo, 2009:6). Istilah kewirausahaan berasal dari terjemahan *Entrepreneurship* yang diartikan sebagai "*the backbone of economy*", yakni syaraf pusat perekonomian atau pengendali perekonomian suatu bangsa. Secara epistemologi, kewirausahaan merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk memulai usaha atau proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan berbeda. Hal ini juga didorong oleh sifat dasar wirausahawan yang tidak mau menjadi pencari kerja atau *job seekers* melainkan menjadi pencipta lapangan kerja atau *job creators*.

Menurut Soegoto (2009:3), kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Sedangkan hakikat pewirausaha (*entrepreneur*) adalah orang-orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat, mengambil keuntungan serta memiliki sifat, watak dan kemauan untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif dalam rangka meraih sukses atau meningkatkan pendapatan.

Kewirausahaan dapat pula diartikan sebagai semangat, sikap dan perilaku atau kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru

dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Kewirausahaan adalah suatu proses kreativitas dan inovasi yang mempunyai risiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah bagi produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan. Kewirausahaan itu dapat dipelajari walaupun ada juga orang-orang tertentu yang mempunyai bakat dalam hal kewirausahaan (Kemendikbud, 2012:3).

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai semangat, sikap dan perilaku atau kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Kewirausahaan adalah suatu proses kreativitas dan inovasi yang mempunyai resiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah bagi produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan. Kewirausahaan itu dapat dipelajari walaupun ada juga orang-orang tertentu yang mempunyai bakat dalam hal kewirausahaan (Kemendikbud, 2012; Soegoto, 2009).

Menurut Alma (2009), cukup banyak manfaat *entrepreneur*, antara lain:

1. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga mengurangi pengangguran
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, kesejahteraan, dan sebagainya
3. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang *entrepreneur* itu adalah terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.

4. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan.
5. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuannya.
6. Berusaha mendidik karyawan menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
7. Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama.
8. Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
9. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penentu kemajuan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi yang telah ditargetkan lebih mampu dicapai jika negara memiliki banyak wirausaha. Menurut *David McClelland*, suatu negara untuk menjadi makmur minimum memiliki jumlah wirausaha 2% dari total jumlah penduduk contohnya Amerika Serikat memiliki 11,5% wirausaha, Singapura terus meningkat menjadi 7,2%, Indonesia menurut data BPS 2010 diperkirakan hanya sebesar 0,18% atau hanya berkisar 400.000 dari yang seharusnya 4,4 juta orang.

Kéberhasilan pembangunan yang dicapai oleh Jepang ternyata disponsori oleh *entrepreneur* yang berjumlah 2% tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20% dari jumlah penduduknya. Korporasi-korporasi berupaya untuk mendorong para manajer mereka menjadi orang-orang yang berjiwa *entrepreneur*, universitas-universitas sedang mengembangkan program *entrepreneurship* dan para *entrepreneur* individual menimbulkan perubahan-perubahan dalam masyarakat. Kewirausahaan dapat membantu menyediakan begitu banyak kesempatan kerja, berbagai kebutuhan konsumen, jasa pelayanan serta menumbuhkan kesejahteraan dan tingkat

kompetisi suatu negara. Selain itu, seiring berkembangnya globalisasi, kewirausahaan juga semakin menjadi perhatian penting dalam menghadapi tantangan globalisasi yaitu kompetisi ekonomi global dalam hal kreativitas dan inovasi (Peterson dan Lee, 2000). Hal ini disebabkan karena organisasi-organisasi yang terampil dalam berinovasi, sukses menghasilkan ide-ide baru, akan mendapatkan keunggulan bersaing dan tidak akan tertinggal di pasar dunia yang terus berubah dengan cepat (West dalam Mahesa, 2012).

## A. PENDAHULUAN

Modul ini adalah salah satu dari beberapa modul yang akan digunakan sebagai bahan ajar untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan kewirausahaan yang diperlukan dalam menjalankan dan mengelola perusahaan. Modul ini akan membahas tentang konsep-konsep kewirausahaan yang mendasar, seperti definisi, karakteristik, dan peran kewirausahaan dalam perekonomian. Modul ini juga akan membahas tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisien, serta bagaimana cara mengelola keuangan perusahaan dengan baik.

Modul ini disusun dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan kewirausahaan yang diperlukan dalam menjalankan dan mengelola perusahaan. Modul ini akan membahas tentang konsep-konsep kewirausahaan yang mendasar, seperti definisi, karakteristik, dan peran kewirausahaan dalam perekonomian. Modul ini juga akan membahas tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisien, serta bagaimana cara mengelola keuangan perusahaan dengan baik.

Modul ini akan membahas tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisien, serta bagaimana cara mengelola keuangan perusahaan dengan baik.



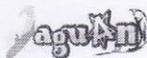
## BAB III METODE MANAJEMEN USAHA

### A. PENDAHULUAN

Modul metode usaha yang disusun ini merupakan alat bantu yang dapat dijadikan pegangan bagi IKM/ UKM mitra ataupun UKM lainnya yang sejenis dalam menjalankan dan mengatur manajemen usaha. Modul yang disusun ini bersumber dari beberapa literatur yang mendukung manajemen usaha serta dari akademisi dan pengalaman dari para pelaku usaha IKM yang menjadi mitra program IbM.

Modul ini disusun dilatar belakangi oleh karena kurangnya pengetahuan dasar dari para pelaku IKM/UKM dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Modul metode manajemen usaha produk stik jagung ini memberikan gambaran dan teknis mengenai hal-hal yang berkaitan dengan prinsip dasar usaha (Kepuasan pelanggan, ukuran produk, peralatan produksi, bangunan fasilitas, penerapan quality control, legalitas usaha, pencatatan dan dokumentasi); Bagaimana cara menarik minat konsumen; dan pentingnya dan syarat pemilihan merek.

Akhirnya dengan tersusunya metode manajemen usaha ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pegangan selanjutnya bagi UKM dalam meningkatkan pengetahuannya dalam mengelola usahanya.



## B. PRINSIP DASAR

Setiap kegiatan usaha (bisnis) yang tidak hanya berorientasi peningkatan laba (jangka pendek) tetapi juga pertumbuhan dan nilai perusahaan (jangka panjang) maka harus sungguh-sungguh memperhatikan prinsip dasar berikut:

### 1. *Kepuasan pelanggan*

Kepuasan pelanggan terhadap produk barang dan jasa yang dijual adalah yang UTAMA. Produk yang tidak sesuai harapan dan nilai guna bagi pelanggan pasti tidak laku di pasar dan ditinggalkan konsumen. Faktor yang menentukan tingkat kepuasan tergantung pada latar belakang pelanggan baik dari sisi internal maupun eksternal. Umumnya faktor penentu kepuasan terdiri atas kualitas produk, harga, kemasan, merek, daya tahan (*durability*) serta pelayanan pra dan purna jual. Semua faktor penentu yang disebut diatas dapat diringkas menjadi faktor **nilai** bisnis. Keunggulan suatu usaha/bisnis tergantung pada cara mereka (manajemen) menciptakan nilai bagi pelanggannya. Perusahaan yang selalu mengutamakan kualitas lebih baik akan memperoleh penilaian (*customer value*) dan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) lebih tinggi pula. Dengan cara ini perusahaan mampu mempertahankan konsumen yang sudah ada, menarik konsumen baru dan mengalihkan perhatian konsumen pesaing. Dalam waktu relatif cepat dampaknya bisa terasa dengan meningkatnya pangsa pasar total penjualan, laba dan pertumbuhan perusahaan.

### 2. *Ukuran produk*

Berikut adalah ukuran produk yang dijadikan konsumen untuk menilai kepuasan adalah:

- Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk yang dibelinya. Contoh konsumsi bahan bakar, kenyamanan mengemudi dan sebagainya.

- Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Contoh kelengkapan interior/eksterior seperti AC, sound system dan sebagainya.
- Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu desain dan komposisi memenuhi standar.
- Daya tahan (*durability*), yaitu berapa lama produk bisa digunakan.
- Kemampuan pelayanan (*serviceability*), yaitu kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi dan lain-lain.
- Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, seperti bentuk fisik, warna, dan sejenisnya.
- Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan.

### 3. *Peralatan produksi*

Peralatan produksi yang digunakan dalam memproduksi panganan olahan rumah tangga seperti stik jagung harus disediakan dan dijaga tingkat kebersihannya. Adapun peralatan produksi yang digunakan untuk olahan stik jagung ini berupa:

1. Gilingan daging manual kapasitas 2 Kg
2. Wajan ukuran diameter 12 CM
3. Kompor gas 2 tungku
4. Spiner (Tabung Tirisan)
5. Mixer (Pengaduk adonan)
6. Sealer (Pengerat kemasan), dan lain-lain

Adapun pengaturan dari peralatan produksi sebaiknya ditata dan mengikuti aturan Layout/ tata letak mesin ataupun alat produksi dengan baik. Pengaturan ataupun tata letak dapat mengikuti pola-pola dibawah ini:

a. Layout Fungsional

Pada pola ini, peralatan yang memiliki tugas dan kegunaan yang sama diatur dan dikelompokkan berdasarkan fungsinya dalam menunjang proses produksi, namun tidak melupakan unsur praktis, dinamis serta indah

b. Layout Garis

Pada pola ini, peralatan dan mesin-mesin diatur dan diletakan secara berurutan sesuai dengan proses produksi. Tujuan pengaturan adalah untuk mencapai tingkat produktivitas yang tinggi serta mengurangi *cross* (persilangan bahan setengah jadi).

#### **4. Bangunan dan fasilitas**

Untuk menarik minat dan memberi kesan indah serta rapi bagi bangunan maupun interior yang dijadikan tempat usaha, maka perlu mengatur peletakan peralatan dan menata dekorasi ruangan pelayanan bagi konsumen. Bangunan yang dijadikan tempat usaha sebaiknya dipisah dari rumah tinggal meskipun pada awalnya perintisan usaha dimulai dari rumah. Langkah ini diambil agar supaya proses produksi (Proses memasak sampai pengemasan) tidak terganggu dan mengganggu aktivitas di dalam rumah serta ke higienisan dan tingkat kebersihan bisa terjaga. Disamping memiliki bangunan yang dijadikan tempat produksi yang layak juga perlu diperhatikan keberadaan dari fasilitas penunjang lainnya seperti ruang atau rak-rak etalase hasil produksi juga tempat penyimpanan bahan baku.

#### **5. Pengendalian proses/ Penerapan Quality Control**

Pengendalian kualitas atau *quality control* dalam suatu usaha kecil tidak hanya menyangkut mutu produk/ jasa dan pelayanan jasa. Namun menyentuh seluruh aspek dalam perusahaan yakni: *proses kegiatan, biaya, tenaga kerja, sistim kerja, bahan baku, sumber dana,*

produk atau jasa yang dihasilkan, sistim distribusi serta lainnya yang menunjang usaha (Subanar, 2001:104).

Pedoman umum dalam pengendalian mutu adalah: **perbaikan mutu obyek dan subyek yang terus menerus agar dicapai hasil yang lebih baik lagi.** Dalam praktiknya, hambatan yang terjadi adalah awal yang penuh sambutan, tapi tidak ada kelanjutan. Umumnya setelah berjalan beberapa periode, banyak pihak-pihak yang tidak serius atau tidak memperhatikan lagi langkah-langkah yang harus dilakukan. Seringkali beberapa pihak merasa jenuh dan kecewa sebagai akibat dari adanya beberapa program yang tidak sukses, disamping sifat dasar manusia yang umumnya dapat jenuh dengan hal – hal yang berulang.

Langkah–langkah dalam proses pengendalian kualitas yang perlu dibedakan pengertiannya dan dicermati adalah:

- a. Mengidentifikasi masalah/ persoalan mendesak yang terjadi
- b. Mengetahui akibatnya pada perusahaan dan proses kerja
- c. Mengetahui penyebab pokok persoalan, meliputi: Manasia, metode kerja, bahan/ material, mesin dan peralatan
- d. Menelusuri penyebab lain yang menunjang penyebab pokok
- e. Mendeteksi penyebab ikutan di luar sistem
- f. Merumuskan pemecahan

## **6. Legalitas Usaha**

Legalitas Usaha adalah kesahihan suatu usaha untuk dijalankan sesuai dengan peraturan perundang-undangan usaha yang berlaku, ( PSP-KUMKM LPPM-UNS, 2012:105). Tujuan dari setiap peraturan perundang-undangan legalitas usaha adalah untuk meyakinkan pengguna produk/ jasa bahwa hasil operasi usaha tersebut sesuai dengan standar tertentu.

Berikut adalah legalitas usaha yang sangat prinsip disediakan oleh pelaku usaha semacam usaha Stik Jagung dan sejenisnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)

Surat izin usaha (SITU) menjelaskan tentang izin tempat usaha (Ini bisa bergantian fungsinya dengan surat keterangan domisili).

Berikut adalah Persyaratan Pengurusan yang meliputi:

- a. Fotocopy akte pendirian badan usaha yang sudah dilegalisir
- b. Fotocopy pengurusan dan pendirian badan usaha
- c. Fotocopy IMB
- d. Fotocopy bukti kepemilikan tanah
- e. Denah atau peta tempat usaha yang disahkan pejabat kelurahan.

2. PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)

**PIRT** merupakan izin yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan untuk usaha pangan skala industri rumah tangga. Berikut persyaratan dan prosedur pengurusan izin tersebut:

Persyaratan

- a. Fotocopy KTP Pemilik
- b. Pasfoto 3x4 – 2 Lembar
- c. Keterangan domisili
- d. Surat keterangan Puskesmas/ Dokter
- e. Denah Lokasi/ bangunan

A. Prosedur

- a. Pengajuan
  - b. Penyuluhan kesehatan sistem produksi
  - c. Survei oleh dinas kesehatan
3. Izin Halal MUI

Sertifikasi Halal MUI berupa sertifikat yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan produk usaha perusahaan kita halal baik bahan, proses dan produksi akhir. Berikut persyaratan dan prosedur pengurusan izin tersebut:

### Persyaratan

- a. Fotocopy KTP Pemilik
- b. Pasfoto 3x4 – 2 Lembar
- c. Fotocopy Izajah

### Prosedur

- a. Pengajuan
- b. Survei oleh tim verifikator MUI
- c. Sertifikat diterbitkan oleh tim Fatwa MUI
4. Minuman/ Makanan Dalam Negeri

Perizinan yang dikeluarkan oleh BPPOM untuk produk makanan/ minuman dalam negeri (Termasuk susu dan olahan susu)

### Persyaratan

- a. Fotocopy SIUP
- b. Hasil uji laboratorium
- c. Label berwarna
- d. Sampel (Minuman 3 buah)
- e. Label produk harus dicantumkan: kode produksi, baik digunakan sebelum, BPOM RI ML, berat bersih.
- f. Fotocopy Izajah

### **7. Pencatatan dan dokumentasi**

Sistem pencatatan atau biasa dikenal dengan akuntansi menjelaskan mengenai pentingnya pencatatan dalam kegiatan usaha. Akuntansi erat kaitannya dengan dengan pembukuan. Sistem pencatatan sederhana atau akuntansi sederhana diperlukan untuk

mengetahui keadaan suatu kegiatan usaha apakah kegiatan tersebut masih layak untuk dilanjutkan atau tidak.

Sistim pencatatan atau akuntansi sederhana juga digunakan untuk mengetahui apakah bisnis yang dijalankan menguntungkan bagi pelakunya atau tidak. Sebab saat ini banyak kegiatan yang dilakukan UKM tanpa melakukan pencatatan, sehingga UKM-UKM tersebut tidak dapat mengetahui bagaimana status keadaan usaha yang dilakukan.

Pola pengelolaan keuangan dan sistim akuntansi yang diterapkan pada usaha kecil dapat berpedoman kepada pola umum yang telah dikenal dan digunakan oleh berbagai perusahaan besar, namun jika kurang sesuai, dapat memodifikasi sesuai dengan keperluan dengan tetap memperhatikan fungsi perencanaan dan pengawasannya. Administrasi pembukuan usaha kecil memerlukan minimal 3 jenis buku pencatatan meliputi;

a. Buku harian

Untuk penggunaan praktis, pencatatan transaksi harian yang meliputi kas, utang maupun piutang dapat menggunakan formulir seperti dibawah ini:

Tabel 3.1  
Formulir Kas Harian

| Tanggal | Saldo Awal | Penerimaan | Pengeluaran | Saldo Akhir |
|---------|------------|------------|-------------|-------------|
|         |            |            |             |             |

Tabel 3.2  
Formulir Utang

| Tanggal | Saldo Awal Hari Ini | Utang Baru Hari Ini | Pelunasan Hari Ini | Saldo Akhir Utang |
|---------|---------------------|---------------------|--------------------|-------------------|
|         |                     |                     |                    |                   |

Tabel 3.3  
Formulir Piutang

| Tanggal | Saldo Awal Tagihan | Piutang Baru Hari Ini | Pelunasan Hari Ini | Saldo Akhir Utang |
|---------|--------------------|-----------------------|--------------------|-------------------|
|         |                    |                       |                    |                   |

Buku harian mencatat semua transaksi dan kegiatan yang terjadi selama periode operasi. Pencatatan dilakukan menurut waktu kejadiannya.

Tabel 3.4  
Pencatatan Buku Harian

| No | Tanggal        | Uraian               | Jumlah         | Keterangan |
|----|----------------|----------------------|----------------|------------|
| 12 | 3 Januari 2014 | Pembelian Bahan Baku | Rp. 415.000,00 | Lunas      |

b. Buku Jurnal

Buku jurnal mencatat setiap penerimaan dan pengeluaran keuangan sehari-hari sehubungan dengan kegiatan yang dilakukan usaha kecil. Berikutnya adalah contohnya:

Tabel 3.5  
Pencatatan Jurnal

| No | Tanggal        | Uraian                   | Jumlah         | Keterangan     |
|----|----------------|--------------------------|----------------|----------------|
| 12 | 3 Januari 2014 | Pembelian Bahan Baku Kas | Rp. 415.000,00 | Rp. 415.000,00 |

c. Buku besar

Buku besar terdiri dari beberapa buku untuk mencatat secara terperinci masing-masing pos biaya dan pendapatan atau utang maupun piutang/ tagihan. Buku besar merupakan ikhtisar atau pengelompokan dari masing-masing pos penerimaan dan

pengeluaran. Jenis dan macamnya disesuaikan dengan pengelompokan dari ayat-ayat jurnal yang tercatat. Untuk jelasnya dibawah ini diberikan contoh buku kas. Buku kas berfungsi mencatat aktivitas yang berhubungan dengan penerimaan dan pengeluaran keuangan sehari-hari kas yang diperoleh dari buku jurnal.

Contoh:

Berikut ini adalah perlakuan terhadap ayat jurnal dan contoh buku jurnal di atas untuk buku besar kas dan buku besar bahan baku.

Tabel 3.6  
Persediaan Bahan Baku

| No | Tanggal        | Uraian    | Penerimaan     | Pengeluaran |
|----|----------------|-----------|----------------|-------------|
| 12 | 3 Januari 2014 | Pembelian | Rp. 415.000,00 | -           |

Tabel 3.7  
Kas

| No | Tanggal        | Uraian               | Penerimaan | Pengeluaran    |
|----|----------------|----------------------|------------|----------------|
| 12 | 3 Januari 2014 | Pembelian Bahan Baku | -          | Rp. 415.000,00 |

Prosedur pencatatan operasional dilakukan sesuai dengan pola kegiatan yang mengikuti setiap aktivitas operasional. Kejadiannya meliputi:

a. Kegiatan pembelian:

- Prosedur pembelian bahan
- Prosedur permintaan penawaran harga dan pemilihan pemasok
- Prosedur order pembelian
- Prosedur penerimaan barang
- Prosedur pencatatan utang

b. Kegiatan penerimaan:

- Prosedur order penjualan
- Prosedur persetujuan kredit
- Prosedur pengiriman barang
- Prosedur Penagihan
- Prosedur pencatatan piutang

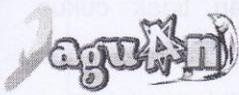
IDE DASAR BISNIS 3PK  
JAGUNG IKAN

Jagung merupakan komoditas unggulan Provinsi Gorontalo karena memiliki potensi dan kekayaan alam pertanian dan perikanan yang relatif melimpah. Didukung oleh kondisi geografis, etno-kultural dan program pemerintah daerah jagung dan ikan menjadi andalan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Alasan pengembangan komoditi jagung di Gorontalo antara lain karena:

- 1) Jagung merupakan komoditas pangan tradisional dan hampir semua petani lokal termasuk yang tingkat ketidampaiannya rendah mampu menanam jagung, dan
- 2) Nilai jagung terutama di pasar internasional terus meningkat akibat menurunnya produksi dunia setelah Amerika Serikat mengkonversi sebagian besar komoditas jagungnya untuk etanol sebagai substitusi bahan bakar fosil.

Jagung dikenal sebagai salah satu makanan utama bagi masyarakat Gorontalo. Bagi pemerintah jagung, pemerintah daerah provinsi maupun kabupaten kota mempromosikannya dalam Program Agropoltan berbasis jagung sebagai komoditas unggulan.

Puluhan tahun masyarakat Gorontalo memandang jagung



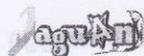
## BAB IV IDE DASAR BISNIS STIK JAGUNG IKAN

*The Hidden Paradise* julukan Provinsi Gorontalo karena terkenal memiliki potensi dan kekayaan alam pertanian dan perikanan yang relatif melimpah. Didukung oleh kondisi geografis, sosio-kultural dan program pemerintah daerah, jagung dan ikan (laut) diandalkan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Alasan pengembangan komoditi jagung di Gorontalo antara lain karena;

- i) jagung merupakan konsumsi pangan tradisional dan hampir semua petani lokal termasuk yang tingkat keterampilannya rendah mampu menanam jagung, dan
- ii) nilai jagung terutama di pasar internasional terus meningkat akibat menurunnya pasokan dunia setelah Amerika Serikat mengkonversi sejumlah besar komoditi jagungnya untuk etanol sebagai substitusi bahan bakar fosil.

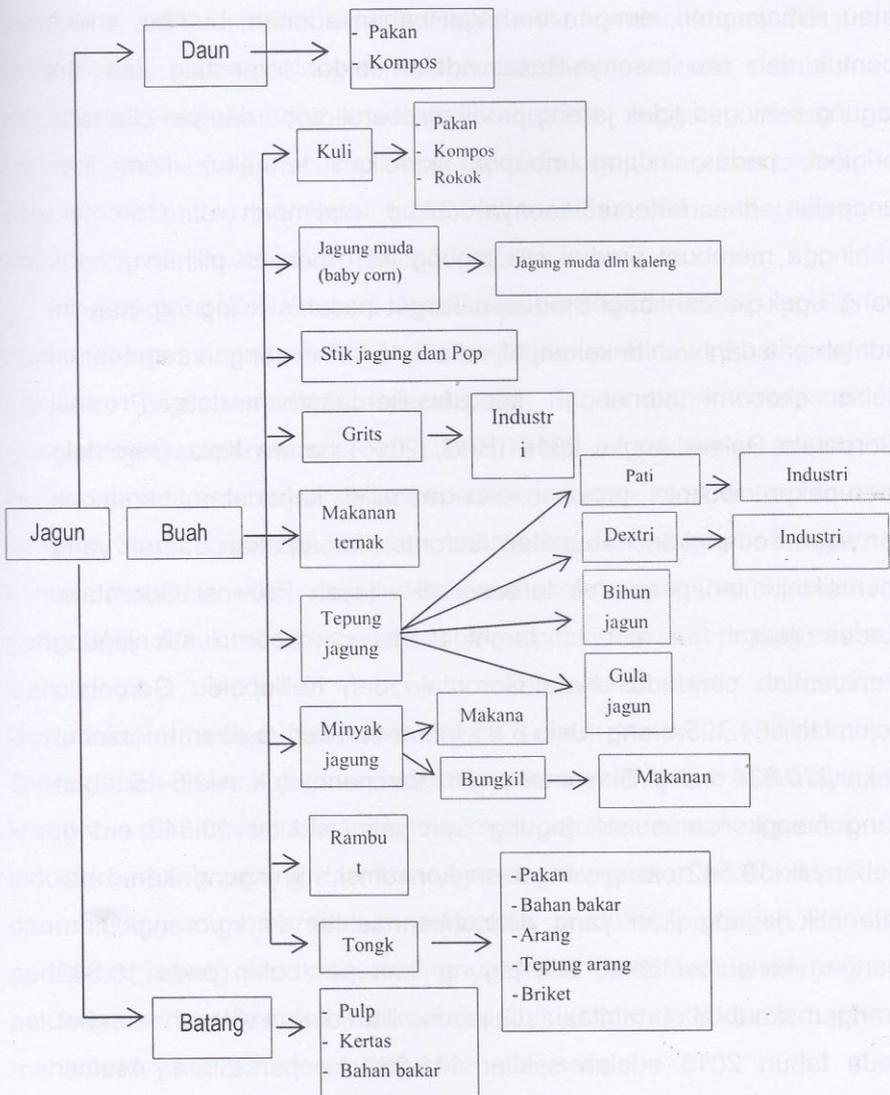
Jagung dikenal sebagai salah satu makanan utama bagi masyarakat Gorontalo. Begitu pentingnya jagung, pemerintah daerah provinsi maupun kabupaten kota menempatkannya dalam Program Agropolitan Berbasis Jagung sebagai Komoditas Unggulan.

Puluhan tahun masyarakat Gorontalo mengandalkan jagung dan ikan sebagai komoditas untuk pangan sendiri maupun dijual



antarpulau dan ekspor. Kedua komoditas telah ditetapkan oleh pemerintah daerah provinsi dan kabupaten kota sebagai kompetensi inti (*core competence*), karena selain didukung kondisi alam dan iklim, juga karena masyarakat sangat familier dengan budidaya maupun mengolah makanan berbahan jagung dan ikan. Fakta dilapangan menunjukkan bahwa jagung dan ikan tidak cukup memperoleh sentuhan teknologi dan intervensi industri sehingga umumnya dijual antarpulau dan di ekspor dalam bentuk mentah (*raw commodity*) sehingga rendah daya saing produk dan harganya yang kurang atau tidak menguntungkan.

Produksi jagung Gorontalo mencapai 753.598 ton per tahun (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Gorontalo, 2012). Hal ini menunjukkan besarnya potensi bahan baku jagung yang tersedia.



Gambar 4.1 Pohon industri jagung

Dari tampilan bagan pohon industri, terlihat bahwa salah satu produk turunan dari komoditas jagung adalah stik. Konsumen penyuka makanan ringan lazim mengenal stik jagung sebagai cemilan saat santai, rekreasi atau saat bersama teman maupun keluarga. Stik jagung relatif mudah dibuat atau diracik oleh ibu-ibu dan

atau remaja putri, dengan berbagai bahan adonan, bumbu, aneka bentuk dan cita rasanya. Rasa, adalah faktor terpenting dari stik jagung sehingga tidak jarang produsen beruji coba dengan cita rasa original, pedas, udang maupun ikan. Ikan termasuk komoditas unggulan dan ketersediaannya cukup melimpah di Gorontalo sehingga membuat produk stik jagung ikan menjadi pilihan produk yang agak mudah bagi produsen. Target pasar stik jagung ikan ini adalah pria dan wanita kelompok usia 6-45 tahun dengan segmentasi kelas ekonomi menengah ke atas. Berdasarkan data Provinsi Gorontalo Dalam Angka 2014 (BPS, 2015) bahwa Kota Gorontalo merupakan ibukota provinsi dan memiliki kepadatan penduduk terbesar, sedangkan Kabupaten Gorontalo merupakan daerah yang memiliki jumlah penduduk terbesar di wilayah Provinsi Gorontalo. Kedua daerah ini menjadi target utama pemasaran stik jagung ikan. Jumlah penduduk Kota Gorontalo dan Kabupaten Gorontalo sejumlah 504.795 orang. Usia 6-45 tahun dari kedua daerah tersebut yakni 370.834 orang. Diasumsikan 5% dari penduduk usia 6-45 tahun yang mengkonsumsi stik jagung ikan yakni sekitar 18.542 orang. Sebanyak 18.542 orang yang mengkonsumsi stik jagung ikan, rata-rata stik jagung ikan yang dibutuhkan sekitar  $\frac{1}{2}$  kg/orang/bulan. Dengan konsumsi  $\frac{1}{2}$  kg stik jagung ikan per bulan pada 18.542 orang, maka total permintaan stik jagung ikan di dua wilayah tersebut pada tahun 2013 adalah sekitar 111.250 kg per tahun. Asumsi kenaikan permintaan 2% per tahun yang disesuaikan dengan pertumbuhan penduduk (Niode dan Mopangga, 2014).

Provinsi Gorontalo juga memiliki perairan laut yang relatif luas di jazirah Selebes. Di bagian utara yakni Laut Sulawesi yang berhadapan dengan lautan Pasifik, sedangkan di selatan adalah Teluk Tomini. Hal ini membuat Gorontalo juga kaya akan sumberdaya perikanan, baik tangkap, budidaya maupun dimanfaatkan bagi sektor pariwisata. Salah satu program unggulan

daerah di sektor maritim adalah Etalase Perikanan dengan *Taksi Mina Bahari* sebagai ujung tombak untuk menggerakkan ekonomi masyarakat. Perikanan juga menjadi komoditi unggulan daerah karena memiliki potensi cukup besar. Diperkirakan jumlah ikan laut di perairan Gorontalo mencapai 1.226.090 ton/tahun (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Gorontalo, 2012).

Agropolitan dan Etalase Perikanan berdampak cukup positif bagi perekonomian daerah yang ditunjukkan oleh kontribusi yang signifikan bagi peningkatan pendapatan, pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja lokal. Tetapi persoalannya adalah kedua komoditas tersebut dijual kepada konsumen lokal, antarpulau maupun luar negeri masih dalam bentuk baku/mentahnya. Sangat minim (bahkan tidak ada) intervensi teknologi atau proses pengolahan untuk memberi nilai tambah produk. Padahal jagung dan ikan bisa diandalkan menjadi kompetensi inti industri Gorontalo. Permintaan beberapa negara seperti Malaysia, Philipina, Jepang dan Korea juga cenderung meningkat. Akibat minimnya kreativitas dan inovasi lokal membuat sulit untuk menemukan produk industri berbasis jagung dan ikan yang dapat dijadikan produk khas daerah. Dengan memanfaatkan teknologi produksi pertanian dan perikanan, jagung dan ikan sebenarnya dapat dimanfaatkan menjadi peluang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terutama bagi mahasiswa yang mau dan mampu merintis usaha.

Menyiasati minimnya jenis usaha produk olahan makanan yang memanfaatkan jagung dan ikan maka terdapat sejumlah orang yang telah memiliki sedikit pengalaman dalam pengolahan stik, emping dan kerupuk berinisiatif menyusun proposal bisnis untuk pembuatan stik jagung ikan. Penyusunan proposal ini tentu saja dengan harapan agar segera terealisasi usaha tersebut.

Bisnis yang akan didirikan ini adalah usaha pengolahan pangan berbasis jagung dan ikan menjadi produk makanan ringan yaitu stik jagung ikan. Usaha ini dibentuk untuk memanfaatkan dua komoditas unggulan Gorontalo yaitu jagung dan ikan sehingga dapat diolah menjadi produk yang lebih bernilai tambah dan bergizi tinggi sekaligus menjadi ole-ole khas Gorontalo.

Bisnis ini merupakan perpaduan pengolahan jagung dan ikan dalam satu produk baru berupa stik. Biasanya produk yang ada hanya stik jagung saja, atau kerupuk ikan saja, namun bisnis ini menawarkan perpaduan jagung dan ikan dengan cita rasa yang tinggi dari dua bahan yang berbeda. Keunikan ditawarkan yakni dalam sekali gigit, penikmat produk ini akan mendapatkan dua sensasi rasa sekaligus yaitu rasa jagung dan ikan. Dengan menggunakan kemasan yang menarik dan mutu produk yang terjamin.

Persoalan mendasar adalah rencana bisnis yang disusun hampir setahun lalu hingga saat ini belum terealisasi. Padahal bisnis plan stick jagung ikan (*JaguAn*) yang disusun Sdri. Sefya Kiyai telah ditetapkan menjadi pemenang Seleksi Bisnis Plan Terbaik pada Diklat Industri Regional VII Makassar sesuai dengan Keputusan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 537/M-IND/Kep/10/2012 tentang Penetapan Pemenang Seleksi Bisnis Plan Terbaik Tenaga Penyuluh Lapangan Industri Kecil dan Menengah (TPL-IKM) Program Beasiswa Angkatan 2007 tanggal 19 Oktober 2012.

Poin-poin utama yang disampaikan dalam bisnis plan tersebut diantaranya:

Tabel 4.1 Uraian Produk

| Spesifikasi Produk   | Keterangan  |
|--|---|
| <p>Bentuk dan Gambar produk</p>               | <p>Berbentuk seperti stik (tongkat) dan memiliki tekstur yang kering dan berwarna kuning</p>  |
| <p>Merk</p>                                   | <p>JaguAn merupakan singkatan dari jagung dan ikan, diharapkan menjadi jagoan ole-ole khas Gorontalo. Menggunakan warna hijau dan biru, melambangkan perpaduan warna pertanian dan perikanan, dilengkapi dengan gambar jagung dan ikan.</p> |
| <p>Komposisi produk</p>  | <p>Jagung, ikan cakalang, tepung tapioka, gula, garam, telur, daun seledri, minyak goreng</p>   |
| <p>Ketahanan produk</p>  | <p>Daya tahan produk ± 7 bulan</p>  |
| <p>Kandungan gizi produk</p>   | <p>Karbohidrat, protein, lemak, kalsium, kalori, fosfor, vitamin A, vitamin B1, Omega-3</p>   |
| <p>Jaminan Keamanan Produk</p>  <p>P-IRT</p> | <p>Label halal dan P-IRT sebagai jaminan kesehatan, keamanan dan kehalalan produk kepada konsumen serta syarat memasukkan produk di pasar modern (swalayan, hypermarket dll)</p>  |
| <p>Slogan</p>                               | <p>“Cita Rasa Lokal, Nikmatnya Mendunia”, yang mengartikan bahwa produk stick jagung ikan ciri khas daerah yang bercita rasa lokal, namun memiliki kenikmatannya yang luar biasa.</p>   |

Sumber: Kiyai, 2012

Visi usaha JaguAn ini adalah “*Menjadi Bintangnya Usaha Makanan Ringan di Provinsi Gorontalo dalam waktu 5 tahun mendatang*” sedangkan misinya adalah; 1) Meningkatkan kualitas dan menjaganya agar tetap terjamin, 2) Menerapkan Gugus Kendali Mutu (GKM), 3) Menerapkan sistem *Good Manufacturing Process* (GMP), 4) Melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan melalui media cetak dan elektronik, 5) Menjadikan produk stick jagung ikan sebagai pioner ole-ole khas Gorontalo yang ramai dicari konsumen, 6) Meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan 7) Menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan insentif pemasaran (Kiyai, 2012:3).

Untuk tahap awal perusahaan berfokus hanya memproduksi satu produk yakni stick jagung ikan. Stick jagung ikan dijadikan produk unggulan perusahaan karena keunikan yang dimiliki dibanding dengan produk berbahan baku jagung atau produk berbahan baku ikan lainnya. Perusahaan memfokuskan pada satu produk karena perusahaan berusaha agar produk selalu tersedia di pasaran, sehingga konsumen dapat terus mendapatkan stick jagung ikan ini

Sasaran bisnisnya adalah; 1) Meraih pangsa pasar sebesar 20% di 6 (enam) kabupaten/kota di Gorontalo pada tahun kedua, 2) Mencapai Payback Period (PP) pada tahun kedua, 3) Menjadi pemimpin pasar (*market leader*) pada tahun kelima, 4) Memiliki karyawan dari masyarakat sekitar yang tidak memiliki pekerjaan (pengangguran) dan remaja putus sekolah.

Segmen pasar yang hendak dituju oleh *JaguAn* meliputi masyarakat kelas menengah ke atas di Provinsi Gorontalo khususnya yang ada di Kota Gorontalo, Kabupaten Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango. Target pasarnya adalah perempuan dan laki-laki, usia 6–45 tahun, pekerjaan pelajar (siswa dan mahasiswa), pegawai/karyawan/pekerja maupun umum, karakteristik penyuka makanan ringan (snack).

Posisi pasar (*Positioning*) dimaksudkan untuk menempatkan produk sehingga tertanam dalam benak pelanggan. Dalam hal ini wirausahawan menempatkan posisi produk sebagai penantang pasar atau *market challenger*. Artinya produk stick jagung ikan merupakan produk penantang dari produk pesaing sejenis lainnya yang sudah ada dipasaran.

Promosi merupakan salah satu cara wirausahawan untuk mengakselerasi sekaligus memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen. Jenis promosi yang dipilih diantaranya; Personal selling, dengan cara *Face to face selling*, dimana wirausahawan menggunakan agen-agen pemasar untuk menawarkan produk secara langsung kepada konsumen; Brosur atau leaflet; Promosi melalui radio, mengedarkan kartu nama, menggunakan banner atau spanduk; Public Relation/pameran; memanfaatkan media online/jejaring sosial.



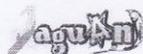
## **BAB V**

### **POTENSI STIK JAGUNG IKAN (JaguAn) Profil, Permasalahan dan Prospek Pengembangan**

#### **A. POTENSI DAN PELUANG USAHA**

Target pasar stik jagung ikan ini yaitu penduduk usia 6-45 tahun dengan segmentasi kelas ekonomi menengah ke atas. Jumlah penduduk Kota Gorontalo dan Kabupaten Gorontalo sejumlah 504.795 orang. Usia 6-45 tahun dari kedua daerah tersebut yakni 370.834 orang. Diasumsikan 5% dari penduduk usia 6-45 tahun yang mengkonsumsi stik jagung ikan yakni sekitar 18.542 orang. Sebanyak 18.542 orang yang mengkonsumsi stik jagung ikan, rata-rata stik jagung ikan yang dibutuhkan sekitar  $\frac{1}{2}$  kg/orang/bulan. Dengan konsumsi  $\frac{1}{2}$  kg stik jagung ikan per bulan pada 18.542 orang, maka total permintaan stik jagung ikan di dua wilayah tersebut pada tahun 2013 adalah sekitar 111.250 kg per tahun. Asumsi kenaikan permintaan 2% per tahun yang disesuaikan dengan pertumbuhan penduduk.

Menurut data Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Gorontalo, produk stik jagung ikan di Kota Gorontalo dan Kabupaten Gorontalo dipasok oleh 6 perusahaan yang rata-rata kapasitas produksinya  $\pm$  1.728 kg per tahun. Ini berarti total



penawaran stik jagung ikan  $\pm 103.680$  kg per tahun. Peluang pasar untuk produk stik jagung ikan merupakan hasil dari selisih antara jumlah permintaan dan penawaran, yakni sebesar 100.882 kg per tahun. Dengan demikian peluang usaha untuk produk stik jagung ikan masih sangat besar.

Sebagai salah satu pemain baru dalam pasar produk jagung terutama stik jagung ikan, untuk mengambil pangsa pasar stik jagung ikan dan mengisi kekurangan permintaan akan stik jagung ikan, maka stik jagung ikan JaguAn menargetkan meraih pangsa pasar sebesar 20%.

Padahal bila mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki relatif cukup memadai. Sumber daya tersebut antara lain ketersediaan bahan baku yang cukup melimpah karena hampir semua daerah di Gorontalo mampu menghasilkan jagung dan ikan. Demikian halnya dengan tenaga kerja, tempat usaha/proses produksi yang juga bisa berfungsi sekaligus sebagai tempat jualan.

## **B. PROFIL IKM CAHAYA BINTANG CAKRAWALA (CBC) DAN IKM PUTRI**

Posisi kedua IKM yang dijadikan mitra dalam program Ipteks Bagi Masyarakat (IbM) dapat diuraikan sebagai berikut:

### *1. IKM Cahaya Bintang Cakrawala*

Sebelum menjadi mitra dalam program IbM ini, IKM-Cahaya Bintang Cakrawala masih bernama IKM Poliyama "S" dan melakukan kegiatan produksi hanya untuk uji coba resep/adonan untuk menemukan cita rasa paling unik dan khas sesuai yang diinginkan oleh konsumen. Produk yang dihasilkan dijual hanya bila ada pesanan khusus dari kerabat, kenalan atau singkatnya kalangan terbatas.

Tahun 2013 menjadi tahun pencarian jati diri produk stick Jaguan. Berbagai cara, metode, komposisi bahan, survei produk

sejenis yang dilakukan untuk mendapatkan satu racikan bumbu/resep cita rasa khas stick Jaguan. Berkali-kali gagal, berkali-kali kerugian yang didapatkan untuk terus bereksperimen mendapatkan cita rasa khas stick Jaguan yang berbeda dari yang lainnya, dengan inovasi rasa yang kata banyak orang “Menipu”. Bisa dikatakan stick Jaguan lahir dari kombinasi kegagalan-kegagalan tak kenal menyerah. Selama pencarian “jati diri” tersebut, perusahaan pun terus berbenah diri agar produk benar-benar pantas untuk dipasarkan ke masyarakat.

Setelah memantapkan pondasi produk stick Jaguan, kemudian dilakukan berbagai usaha untuk peningkatan kapasitas produksi, perbaikan ruang produksi, legalitas usaha, dan peningkatan teknologi proses. Saat ini perusahaan sudah memiliki legalitas agar layak edar dari Dinas Kesehatan yakni izin PIRT dengan nomor 5.15.75.71.02.0209-19 dan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yakni sertifikat halal Nomor 1810691113. Selain itu dengan mendapatkan beberapa bantuan dari instansi terkait dan juga dari pihak Universitas Negeri Gorontalo berupa mesin / peralatan produksi, membuat perusahaan mampu meningkatkan kapasitas produksi yang lebih besar dari yang biasanya.

Berbagai kegiatan pameran baik lokal maupun nasional pernah ikuti oleh CBC, untuk mempromosikan produk stick jaguan. Selain itu dengan mensponsori beberapa event lokal dan nasional, seperti event Rapat Koordinasi Nasional (Rakornas) Kementerian Perindustrian 2014 di Gorontalo, dan mensponsori event pemutaran film nasional dalam rangka memperingati Hadiknas 2014 yakni Film dengan judul “12 Menit”

#### 1. Pengurusan izin dinas kesehatan dan sertifikasi halal

Produk stik jagung dari IKM Cahaya Bintang Cakrawala dipimpin Sefya Kiyai telah memperoleh sertifikasi halal menurut hukum Islam dari Majelis Ulama Indonesia Provinsi Gorontalo

berlaku mulai tanggal 11 Nopember 2013 hingga 10 Nopember 2015. Dokumen sertifikasi halal terlampir.

2. Ketersediaan kemasan serta adanya desain kemasan yang lebih menarik

Produk stick jagung ikan JaguAn dari IKM Cahaya Bintang Cakrawala memilih kemasan plastic aluminium foil. Hal ini disebabkan kelebihan yang dimiliki kemasan plastik yaitu ringan, fleksibel, multiguna, kuat, tidak bereaksi, tidak berkarat dan bersifat termoplastis (*heat seal*), dapat diberi warna dan harganya relatif murah/terjangkau. Kemasan aluminium foil dengan desain label dari desainer stiker kemasan UKM, membuat kemasan stick jagung menjadi lebih menarik.

3. Sulitnya mendapatkan Bahan Tambahan Pangan (BTP) berupa bumbu tabur untuk memberikan varian rasa pada stik jagung ikan
4. Mesin/Peralatan yang lebih menunjang proses produksi
5. Pengurusan izin usaha (TDI, HO, SIUP)
6. Ruang produksi yang belum memenuhi standar karena masih menyatu dengan rumah.

## 2. *IKM Putri*

IKM Putri telah berdiri sejak tahun 2009 menghasilkan dan menjual produk makanan olahan seperti aneka kue basah dan kering. Pada tahun 2013, IKM Putri mulai memproduksi jenis makanan ringan pisang keju, stik jagung ikan dan abon ikan. Sertifikasi Pangan – Industri Rumah Tangga (P-IRT) telah diajukan ke Dinas Kesehatan di tahun 2012, tetapi sertifikatnya diperoleh di tahun 2014 untuk produk pisang keju, stik jagung ikan, abon ikan dan panada tore. Sedangkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Gorontalo diperoleh tahun 2013 untuk produk kripik pisang.

Kemasan yang digunakan untuk semua produk masih sederhana berupa plastik Polipropilen (PP) 0,10 mm. Pemilihan terhadap jenis kemasan ini karena sesuai dengan karakteristik Polipropilen sebagai berikut:

- Lebih keras, kaku dan tidak mudah sobek
- Permukaan licin sehingga tinta cetak sulit merekat
- Tahan terhadap suhu tinggi sampai dengan 150<sup>0</sup> Celcius
- Memerlukan suhu tinggi untuk penutupan dengan panas (170<sup>0</sup> Celcius)
- Tidak cocok untuk makanan beku
- Cocok untuk sari buah, minyak atau makanan berminyak (berlemak)

Desain label kemasan juga masih sangat sederhana seperti pada lampiran 2. Manajemen IKM Putri berasal bahwa untuk pasar lokal, cita rasa produk dan harga yang terjangkau jauh lebih penting dan diutamakan oleh konsumen, berbeda dengan pangsa pasar nasional (Pulau Jawa) yang mengutamakan kemasan yang menarik dan berkualitas meskipun harga menjadi lebih mahal.

Alat produksi yang digunakan juga masih relatif sederhana yaitu:

- 1 unit gilingan daging manual kapasitas 2 kg / proses produksi
- 2 unit wajan ukuran 12 cm
- 1 unit kompor gas 2 tungku

Izin usaha yang dimiliki saat ini adalah:

- Surat Keterangan Usaha (SKU) dari kelurahan.
- Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)

Sedangkan permohonan penerbitan dokumen berikut ini sudah diajukan sejak bulan Mei 2014 dan hingga saat ini masih dalam tahap pengurusan:

- Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- Tanda Daftar Industri (TDI), dan
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

IKM Putri dipimpin Vivi Suaib telah melakukan renovasi ruangan produksi yang sebelumnya menyatu/berada didalam rumah. Saat ini ruangan khusus berukuran 4 x 12 meter untuk proses memasak dan pengemasan telah dibangun disamping kiri rumah sehingga kegiatan produksi dan pengemasan tidak mengganggu dan tidak terganggu oleh aktivitas keluarga didalam rumah.

1 kali pembuatan

Bahan baku 5 kg jagung basah pipilan, di proses selama 2 hari sampai selesai pengemasan oleh 3 orang tenaga kerja menjadi 85 bungkus. Harga Rp. 10.000,- per bungkus. Produksi 85 bungkus ini biasanya dilakukan 2 kali dalam sebulan sehingga dapat dikalkulasi produksi sebulan 170 bungkus dan omzet Rp. 1.700.000,-

Setelah masuknya program IbM, bahan baku jagung 5 kg di proses hanya dalam 1 hari selesai sampai pengemasan oleh 3 orang tenaga kerja menjadi 96 bungkus. Seiring perluasan promosi dan pemasaran, produksi dapat dilakukan hingga 3 kali dalam sebulan sehingga dikalkulasi produksi sebulan 300 bungkus dan omzet mencapai Rp. 3.000.000,-

### **C. PERMASALAHAN DAN PROSPEK PENGEMBANGAN**

Berikut adalah beberapa permasalahan yang dihadapi kedua IKM berdasarkan beberapa aspek yakni Aspek produksi, aspek SDM, aspek pemasaran, dan aspek keuangan.

Tabel 5.1

## Permasalahan dan Alternatif Solusi

| Aspek            | Keterangan  | Permasalahan/Kendala  | Alternatif Solusi   |
|------------------|---|---|---|
| <b>Produksi</b>  | a. Bahan Baku Jagung dan Ikan<br>b. Kapasitas Produksi 4 Kg/hari<br>c. atau 960 kg/tahun<br>d. Alat Produksi @ 1 unit: Mesin Penggiling Manual, Blender, Kompor Gas, Sealer Sp100, Timbangan Digital dan Ruang Produksi sederhana | a. Harga bahan baku tidak stabil<br>b. Produksi belum maksimal karena kondisi mesin/peralatan yang belum memadai<br>c. Mesin/Peralatan yang masih sederhana dan belum maksimal<br>d. Ruang produksi yang belum bisa memenuhi standar HACCP, karena masih menyatu dengan rumah | a. Menetapkan supplier untuk memperoleh harga bahan baku yang relatif murah dan stabil<br>b. Membantu pengadaan mesin/peralatan produksi yang baru<br>c. Membantu mencari alternatif ruang produksi yang lebih luas dan memadai |
| <b>SDM</b>       | a. Tenaga Kerja 3 orang<br>b. Stuktur organisasi belum jelas  | a. Membutuhkan pelatihan keterampilan yang lebih baik<br>b. Tenaga kerja saat ini lebih pada proses produksi sehingga manajemen usaha belum teratur   | a. Memberikan pelatihan keterampilan teknis bagi tenaga kerja bagian produksi<br>b. Memberikan pelatihan manajemen bagi karyawan bagian administrasi  |
| <b>Pemasaran</b> | <b>a. Produk :</b><br>a.1. Produk stik jagung ikan dengan berbagai varian rasa<br>a.2. Kemasan Alumunium Foil dan Plastik dengan ketebalan 8 mg<br>a.3. Memberikan Jaminan Mutu   | a.1. Bahan Tambahan Pangan (BTP) untuk varian rasa dan kemasan aluminium foil tidak tersedia di Gorontalo harus dibeli di luar daerah<br>a.2. Desain kemasan masih sangat sederhana<br>a.3. Pengujian   | a.1. Melobi supermarket di Gorontalo untuk pengadaan BTP dan kemasan aluminium foil untuk mengurangi biaya dan efisiensi waktu produksi<br>a.2. Memberikan pelatihan desain   |

|                 |   |   |  |
|-----------------|---|---|--|
|                 | <p>(kandungan gizi, kadaluarsa, ijin dinas kesehatan, dan sertifikat halal)</p> <p>a.4. Merk sudah didaftarkan ke Ditjen HKI</p> <p><b>b. Harga</b><br/>Harga terjangkau untuk masyarakat</p> <p><b>c. Distribusi</b><br/>Mini Market dan Supermarket di Kota dan Kabupaten Gorontalo</p> <p><b>d. Promosi</b><br/>Menggunakan media online</p> | <p>kadaluarsa produk, detail kandungan gizi di BPOM, pengurusan ijin dinas kesehatan (P-IRT) dan sertifikasi halal memerlukan ongkosrelatif mahal sehingga perusahaan belum dapat melaksanakannya</p> <p>b. Tidak stabilnya harga bahan baku yang menaikkan biaya produksi, padahal harga jual tetap sehingga labatidak stabil/pasti.</p> <p>c. Sulitnya menempatkan produk di supermarket karena persyaratan administratif(label, ijin dll)</p> <p>d. Promosi melalui media cetak dan elektronikbelum terlaksana karena selain mahal juga produk belum dibuat/dipasarkan</p> | <p>grafis untuk menciptakan kemasan yang lebih unik dan bermutu</p> <p>a.3.Membantu proses perizinan, sertifikasi, kadaluarsa produk melalui pengikatan kerjasama saling menguntungkan dengan instansi/lembaga pemerintah terkait</p> <p>b. Stabilisasi harga bahan baku memudahkan penentuan harga jual dan laba</p> <p>c. Bisa dipenuhi</p> <p>d. Bisa dilakukan</p> |
| <b>Keuangan</b> | Membutuhkan modal yang cukup untuk pengembangan usaha   | Keterbatasan modal kerja membuat operasional perusahaan belum bisa dimaksimalkan  | Menyampaikan tips dan trik serta menginternalisasikan kemampuan mengakses permodalan dalam jumlah relatif besar dari perbankan   |

Sumber: data observasi dan wawancara Tim IbM. 2014

Persoalan yang dihadapi IKM mitra yang akan diselesaikan dan dicarikan solusi pada program lbM adalah sebagai berikut:

1. Pengurusan izin dinas kesehatan dan sertifikasi halal
2. Sulitnya mendapatkan Bahan Tambahan Pangan (BTP) berupa bumbu tabur untuk memberikan varian rasa pada stik jagung ikan
3. Mesin/Peralatan yang lebih menunjang proses produksi
4. Pengurusan izin usaha (TDI, HO, SIUP)
5. Ruang produksi yang belum memenuhi standar karena masih menyatu dengan rumah.
6. Ketersediaan kemasan serta adanya desain kemasan yang lebih menarik dan dipersyaratkan bagi pasar swalayan/ modern
7. Melakukan promosi melalui media cetak/ elektronik dan media sosial media lainnya.
8. Mencarikan/ menyediakan pasar baik lokal (Gorontalo) dan luar daerah Provinsi Gorontalo
9. Mesin/Peralatan penunjang penomoran label dan kemasan (Pencetak kadarluarsa)
10. Pengadaan outlet/ gerai dalam rangka pemasaran produk stik Jagung Ikan

Kegiatan lbM yang dirintis selama 2 tahun dengan program tahun pertama dengan tema "*Penguatan Produksi dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan*" dan tahun kedua ditingkatkan dengan tema: "*Peningkatan Produksi dan Perluasan pasar Stik JaguAn*" ini bertujuan setidaknya memiliki target berupa:

"Terbentuknya sekelompok pengusaha kecil baru yang mandiri secara ekonomi, yang dapat menjadi pemicu (*trigger*) dan pendorong bagi tumbuhnya inovasi dan wirausaha dikalangan masyarakat". Sedangkan luaran dari kegiatan ini adalah:

1. Segera direalisasikannya kegiatan produksi dan pemasaran produk olahan makanan stick jagung ikan yang dipasarkan di wilayah Gorontalo
2. Tersusunnya metode pengelolaan (manajemen) usaha dalam bentuk buku kecil dalam rangka pengembangan bisnis produk stick jagung ikan sekaligus dapat digunakan oleh produk-produk olahan makanan sejenis di Gorontalo.

Tabel 5.2

Matriks perbandingan profil dan kondisi umum IKM Cahaya Bintang Cakrawala dan IKM Putri selaku mitra program lbM stick jagung ikan Tahun 2014

| Uraian  | IKM CBC                 |         | IKM Putri                                       |                                      |
|---|-------------------------|---------|---|--------------------------------------|
|   | Sebelum                 | Setelah | Sebelum   | Setelah                              |
| Awal berdiri usaha  | 2013                    |         | 2009  |                                      |
| Nama perusahaan awal  | Poliyama "S"            |         | Putri   |                                      |
| Merek   | JaguAn                  | JaguAn  | Putri   | Putri                                |
| Luas ruang produksi   | + 12 m <sup>2</sup>     | Tetap   | + 10 m <sup>2</sup>                             | + 18 m <sup>2</sup>                  |
| Jumlah tenaga kerja   | 4 orang                 | Tetap   | 4 orang   | Tetap                                |
| Pelatihan produksi, penataan administrasi, keuangan dan pemasaran   | Tidak pernah            | Dapat   | Tidak pernah                                    | Dapat                                |
| Alat produksi yang dibutuhkan   | <i>Mixer dan sealer</i> | Ada     | Kompore gas 2 tungku dan gilingan daging manual | Ada                                  |
| Mengikuti pengujian kadaluarsa produk di Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang (BPSMB) Diskopperindag | Belum                   | Sudah   | Belum   | Sudah                                |
| Label halal menurut hukum Islam dari MUI  | Belum                   | Ada     | Belum   | Sudah diajukan / proses administrasi |
| Sertifikat produksi P-IRT dari Dinas  | Belum                   | Ada     | Belum   | Ada                                  |

|                                 |  |   |  |   |
|---------------------------------|--|---|--|---|
| Kesehatan                       |  |   |  |   |
| Sumber bahan baku jagung mentah | Penjual di pasar tradisional (kualitas dan harga tidak stabil) | Pemasok tetap (kualitas dan harga stabil) | Penjual di pasar tradisional (kualitas dan harga tidak stabil) | Pemasok tetap (kualitas dan harga stabil) |
| Bahan baku kemasan/packaging    | Aluminium foil, desain sederhana                               | Sama, desain lebih menarik                | Polipropilen 0,1 mm, desain sangat sederhana                   | PP, desain lebih menarik                  |
| Pengadaan bahan kemasan         | Dibeli dari Jawa (tambah ongkos kirim)                         | Sudah dijual lokal (lebih efisien)        | Tersedia di pasar lokal  | Sama                                      |
| Jumlah hasil produksi per bulan | 200 bungkus  | 500 bungkus                               | 170 bungkus  | 300 bungkus                               |
| Omzet                           | 2.000.000,-  | 5.000.000,-                               | 1.700.000,-  | 3.000.000,-                               |
| Target pasar                    | Berdasar pesanan (sangat terbatas)                             | Sudah menembus pasar modern / swalayan    | Berdasar pesanan (sangat terbatas)                             | Sudah menembus pasar modern / swalayan    |
| Media promosi                   | Sms dan telepon (HP)   | Facebook dan twiter (sosmed)              | Sms dan telepon (HP)   | Sms dan telepon (HP)                      |

Sumber: Laporan Hasil Hibah IbM. 2014

#### D. PROSEDUR KERJA DAN METODE

Metode pendekatan dalam kegiatan pengabdian ini akan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan/atau bimbingan teknis penguatan produksi dan manajemen usaha stik jagung ikan Gorontalo. Tahapan yang akan dilakukan dalam penerapan ipteks ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Tahap Sosialisasi

Untuk lancar dan suksesnya program yang direncanakan, terlebih dahulu diawali dengan melakukan koordinasi dengan pihak Mitra yang dilanjutkan dengan penyampaian informasi program kepada seluruh komponen pengurus, pengelola dan pelaku usaha

tentang maksud dan tujuan serta hasil yang diharapkan dari pelaksanaan pelatihan dan bimbingan teknis.

## 2. Tahap Pelatihan

Model pelatihan/bimbingan teknis akan dilakukan dengan metode ceramah dan simulasi terkait dengan penyampaian teori pengelolaan/manajemen usaha. Untuk memperkuat hasil yang diharapkan juga dalam pelatihan ini berupaya dilakukan praktek langsung dengan pihak mitra. Adapun tahapan pelatihan ini dilakukan dengan urutan proses sebagai berikut:

### a. Proses Persiapan

Proses persiapan dilakukan untuk mempersiapkan tempat pelaksanaan pelatihan serta narasumber yang berkompeten dalam pelaksanaan pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra usaha.

### b. Proses Pelaksanaan

Dalam proses pelaksanaan dibagi menjadi dua sesi yakni penyampaian materi oleh narasumber serta dilanjutkan sesi berikut yakni memberikan praktek langsung terkait dengan manajemen usaha, pengelolaan keuangan serta pelatihan mendesain kemasan dan lain-lain yang diharapkan dapat membantu meningkatkan kapasitas produksi dan manajemen usaha stik jagung Ikan.

### c. Tahap Pembinaan/Pendampingan

Setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan, kelompok pengurus akan terus melakukan pendampingan kepada para mitra secara berkelanjutan agar mereka lebih mudah mengidentifikasi dan menemukannya berbagai permasalahan yang mungkin timbul serta terus meningkatkan kemampuan dan keterampilan mengelola, menetapkan pemasok dalam rangka menunjang rangkaian kegiatan mulai produksi, pemasaran bahkan layanan purna jual, bila diperlukan.

Dalam tahap pembinaan dan pendampingan dilakukan monitoring dan evaluasi secara teratur sehingga saat berakhirnya

program anggota kelompok usaha/ mitra diharapkan mampu menghadapi permasalahan sendiri dan mempertahankan (*survive*) bahkan mengembangkan usaha

### 3.Partisipasi Mitra

Dalam mendukung kegiatan ini maka dibutuhkan peran aktif dari mitra dalam mendukung kegiatan pelatihan ini.Peran aktif yang dimaksudkan adalah dukungan kerjasama yang baik dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan dimaksud serta mempunyai komitmen bersama dalam menerapkan pengetahuan dan pengalaman yang didapat melalui pelatihan dalam rangka penguatan produksi dan manajemen usaha.Disamping itu untuk mendukung kegiatan ini secara berkesinambungan maka diharapkan kelompok usaha/mitra perlu mengadakan pertemuan secara berkala mingguan/bulanan untuk mendiskusikan berbagai permasalahan yang mereka temukan.

#### A. HASIL PELAKSANAAN PROGRAM

##### Observasi

Observasi yang dilakukan oleh Tim ke Lokasi mitra usaha yang dijadikan sebagai mitra oleh Tim merupakan kegiatan yang dilakukan baik pra pelaksanaan program maupun pasca pelaksanaan program oleh Tim. Ada beberapa hal permasalahan yang diungkap dan segera diatasi oleh mitra agar kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan *survive* di pasaran.

Berdasarkan hasil observasi dan tanya-jawab untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi saat ini dan kedepan pada waktu ini mitra tersebut mengalami beberapa permasalahan



## **BAB VI**

### **PROGRAM IPTEKS BAGI MASYARAKAT (IbM); Penguatan Produksi, Perluasan Pasar Dan Manajemen Usaha**

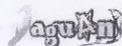
Dari uraian sebelumnya kita mengetahui bahwa mitra usaha memiliki berbagai kendala dan keterbatasan dalam memulai dan mengembangkan usaha di satu sisi sekaligus potensi dan peluang untuk sukses di sisi lain. Berdasarkan kondisi aktual tersebut, tim melaksanakan berbagai program dan kegiatan untuk membantu kelompok mitra usaha, yang tahapannya sebagai berikut:

#### **A. HASIL PELAKSANAAN PROGRAM**

##### **Observasi**

Observasi yang dilakukan oleh Tim ke Lokasi mitra usaha yang dijadikan sebagai mitra IbM oleh Tim merupakan kegiatan rutin yang dilakukan baik pra pelaksanaan program maupun pasca pelaksanaan program IbM. Ada beberapa hal permasalahan yang terungkap dan segera dicarikan solusi alternatif agar kedua mitra usaha ini tetap bertahan dan *survive* di pasaran.

Berdasarkan hasil observasi dan orientasi lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi saat ini dan kedepan pada kedua IKM mitra tersebut menurut Sefya Kiyai (Pemilik IKM



CBC) dan Vivi Suaib (IKM Putri) bahwa permasalahan saat ini yang terpenting yang dihadapi kedua IKM tersebut adalah:

1. Keterbatasan alat penunjang produksi berupa pencampur adonan (*mixer*) dan perekat kemasan (*sealer*). Alat produksi dibutuhkan untuk peningkatan jumlah (kuantitas) barang yang dapat dihasilkan.
2. Keterbatasan alat produksi berupa kompor gas 2 tungku dan gilingan daging dan ruang produksi menjadi kendala utama bagi usahanya.
3. Minimnya pengetahuan dan keterampilan usaha yang dimiliki tenaga kerja yang membantu proses produksi, keuangan dan pemasaran. Pimpinan IKM mengharapkan adanya kegiatan pelatihan singkat untuk meningkatkan kemampuan dan kapasitas tenaga kerja mereka.
4. Sulitnya memenuhi persyaratan yang diberikan supermarket karena berbagai kelengkapan administrasi yang harus dipenuhi terutama ijin dinas kesehatan. Untuk IKM Putri sendiri sertifikat izin Halal MUI pada pelaksanaan program IbM tahun 2014 belum terealisasi sehingga realisasi perlu diadakan pada program 2016. Pada IKM CBC sendiri hal terpenting adalah perlu direalisasikannya izin **Barcode** yang juga merupakan salah satu persyaratan yang diwajibkan oleh pasar modern
5. Promosi belum maksimal karena keterbatasan dana untuk mengembangkan promosi seperti melalui media cetak dalam pemasangan iklan ataupun untuk pembuatan brosur.
6. Belum adanya outlet/ gerai yang dapat menunjang proses promosi dan pemasaran. Hal ini dianggap penting bagi kedua IKM oleh karena dengan adanya outlet/ gerai ini keberadaan produk bisa dipantau keberadaannya secara langsung. Disamping itu sebagian ruangan bisa digunakan sebagai ruang pengemasan ataupun produksi.

7. Kemasan Alumunium foil sulit di dapatkan di Gorontalo, karena harus dibeli di luar daerah seperti Makassar, Jakarta, dan Surabaya.
8. Kapasitas produksi yang masih minim, belum bisa memenuhi permintaan pasar terlebih pada perayaan hari-hari besar. Berikut kapasitas produksi yang bisa direalisasikan pada tahun 2014

## Pelatihan

Menanggapi kebutuhan dan aspirasi IKM mitra, tim pelaksana menyelenggarakan pelatihan singkat tentang penguatan produksi dan pemasaran bagi kelompok usaha kecil yang bergerak dalam produksi pangan stick jagung disertai bimbingan teknis penataan keuangan dan administrasi usaha. Pelatihan terdiri atas 4 sesi dengan narasumber berasal dari tim pelaksana lbM dan para pakar yang bergerak dibidang usaha UMKM.

Sesi pertama berjudul *Pengenalan Produk dan Prospek Pasar*. Tujuan dari pelatihan ini adalah diharapkan para peserta mampu untuk;

- memahami dan menerapkan prinsip pokok dalam menciptakan produk yang berdaya jual dan berdaya saing
- memahami dan menerapkan strategi pemasaran untuk pengembangan usaha

Sesi kedua berjudul *Membangun Kekuatan Merek*. Pelatihan ini ditujukan agar peserta dapat;

- membantu meningkatkan efektifitas strategi pemasaran melalui merancang dan menentukan merek
- membantu mengajarkan konsep membangun kekuatan merek dalam rangka memenangkan persaingan

Materi sesi ketiga berjudul *Strategi Manajemen Usaha IKM/UMK*. Tujuan dari pelatihan ini adalah diharapkan para peserta mampu untuk; Memahami dan menerapkan prinsip pengelolaan dan manajemen usaha pada UMKM dalam rangka pengembangan usaha

Sesi keempat berjudul *Kemasan Produk UMKM Dalam Meningkatkan Daya Jual dan Daya Saing*. Pelatihan ini ditujukan agar peserta dapat;

- Membantu para IKM memilih bentuk kemasan yang tepat bagi produk UMKM - nya
- Memahami dan menerapkan kemasan yang menarik berdaya jual dan berdaya saing

Para peserta adalah tenaga kerja yang membantu kegiatan produksi, pemasaran, administrasi dan keuangan kedua IKM mitra.

### **Pendampingan**

Setelah menyelesaikan kegiatan pelatihan, tim pelaksana melakukan pendampingan ke lokasi IKM mitra untuk menyaksikan langsung proses produksi, pengemasan, distribusi barang kepada sentra-sentra penjualan, penataan administrasi usaha dan pengelolaan keuangan, , pengiriman barang ke luar daerah serta perancangan iklan produk stik Jaguan.

Selain pendampingan di lokasi IKM mitra, tim pelaksana juga melakukan pendampingan bagi IKM mitra yang mengikuti kegiatan promosi, pameran, eksibisi dan sejenisnya yang ditujukan untuk promosi produk-produk UKM di Gorontalo. Kegiatan promosi produk IKM mitra yang sempat didampingi oleh tim pelaksana adalah saat pelaksanaan pameran di Lapangan Taruna Remaja (Festival Karawo), Indoor UNG dan Universitas Gorontalo Convention Center (UGCC), pameran expo festival pesona otanaha, festival pesona danau limboto, Pameran Dalam Rangka Seminar Nasional Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI).

### **Studi Banding**

IKM mitra juga perlu melihat cakupan pasar yang lebih luas yang potensial untuk dimasuki serta UKM-UKM pesaingnya. Untuk

program studi banding, dilaksanakan di Kota Manado dengan beberapa alasan:

- a. populasi Kota Manado sebagian besar berasal dari Gorontalo sehingga aspek sosiodemografi ini akan mempermudah pemasaran produk
- b. lokasi yang relatif dekat dan mudah dijangkau sehingga kualitas produk tetap terjaga serta kemudahan mengakses transportasi dan pengangkutan produk
- c. terdapat beberapa UKM produk sejenis (stick jagung) yang dapat ditimba ilmu dan pengalaman yang dimiliki.

Dampak positif yang dipetik dari kegiatan ini adalah IKM mitra:

- a. memperoleh masukan tentang trik/kiat memperoleh bahan baku yang lebih bermutu
- b. memperoleh masukan tentang trik/kiat menghasilkan produk stick jagung yang lebih enak, gurih dan tahan lama
- c. masukan berharga tentang alternatif desain kemasan yang unik dan menarik
- d. menjalin komunikasi dengan pedagang/penjual produk makanan ringan di area pusat Kota Manado untuk memperluas pemasaran produk stick jagung ikan dari Gorontalo.

### **Penyediaan Fasilitas Pemasaran (Outlet/ Gerai) Stik JaguAn**

Dalam memasarkan produk stick jagung ikan kedua IKM yakni IKM Cahaya Bintang Cakrawala dan IKM Putri disamping melakukan penjualan langsung juga melakukan penitipan produknya pada beberapa supermarket dan toko yang bersedia menerima produk tersebut.

Pada pelaksanaan program ini Tim IbM mengusahakan sebuah tempat yang representatif guna mendukung proses pemasaran stick jagung ikan untuk kedua IKM. Untuk program bantuan penyediaan fasilitas pemasaran ini, dilakukan dengan beberapa alasan:

- d. Produk stik jagung ikan produksi kedua IKM ini dengan adanya program ini sudah dikenal luas sehingga perlu diadakannya sebuah tempat (Outlet/ Gerai) dengan fasilitas etalase produk guna mendukung proses pemasaran.
- e. Dengan semakin banyaknya permintaan akan produk stik jagung ikan, akan memudahkan pihak produsen untuk memantau keberadaan produknya dari sisi jaminan kadaluarsanya.
- f. Tempat tersebut disamping sebagai tempat memasarkan produk stik jagung juga sebagian ruangnya bisa digunakan sebagai ruang pengemasan ataupun produksi.
- g. Dengan adanya ruangan ini membantu pihak IKM CBC dan IKM Putri untuk mendapatkan legalisasi dari pihak yang berkepentingan dalam pengurusan beberapa izin dan sertifikasi dari beberapa instansi.

## **B. PEMBAHASAN**

Kegiatan Ipteks bagi Masyarakat ini bermaksud melaksanakan penguatan produksi dan manajemen usaha stick jagung ikan di dua kelompok mitra yaitu Industri Kecil Menengah (IKM) Cahaya Bintang Cakrawala dan IKM Putri. IKM mitra tergolong industri pangan rumah tangga berskala mikro yang melaksanakan kegiatan produksi makanan ringan khas Gorontalo berbentuk stick berbahan baku lokal jagung dan ikan untuk memenuhi kebutuhan pasar di Kota Gorontalo dan sekitarnya. Berdasarkan uraian tentang persoalan prioritas yang harus segera diberikan solusi, maka program yang dijalankan kepada masing-masing IKM dideskripsikan sebagai berikut:

### **a. Aspek Produk**

Setiap produk olahan makanan yang akan dijual kepada khalayak (pasar) terlebih dahulu harus melalui proses pengujian kelayakan dan kehalalan. Kedua IKM mitra telah mengikuti pengujian kadaluarsa produk di Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang

(BPSMB) di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Gorontalo. Demikian halnya dengan izin dari Dinas Kesehatan terkait Pangan Industri Rumah Tangga atau P-IRT dan sertifikasi halal menurut Hukum Islam dari Majelis Ulama Indonesia Provinsi Gorontalo.

Saat ini IKM Cahaya Bintang Cakrawala sudah memiliki legalitas layak edar dari Dinas Kesehatan yakni Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dengan nomor 5.15.75.71.02.0209-19 dan Sertifikat Halal menurut Hukum Islam dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) nomor 1810691113. Untuk kedua sertifikat tersebut diperoleh melalui intervensi program lbM tahun 2014. Khusus labelisasi halal sendiri telah berakhir dan telah diperpanjang kembali dengan No. 1800001151215 dan masa berlaku sampai dengan 2017. Selain kedua sertifikat izin diatas melalui pendampingan yang dilakukan tim semenjak 2014 sampai dengan tahun 2016 untuk saat ini telah menghasilkan keluarnya sertifikat **Barcode** dengan masing-masing Barcode tipe rasa produk stik jagung ikan (*Lampiran 5*). Adapun masing – masing Barcode tersebut sebagai berikut:

- ✓ Barcode Stik JAGUAN dengan rasa Pedas manis 8997208400010
- ✓ Barcode Stik JAGUAN dengan rasa jagung bakar 899720800027
- ✓ Barcode Stik JAGUAN dengan rasa Barbeque 899720800034

Selain sertifikat Barcode tersebut khusus IKM Cahaya Bintang Cakrawala (CBC) telah berhasil mendaftarkan dan mempatenkan merek Jaguan pada Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia sebagai pemegang lisensi merek Jaguan dengan nomor pendaftaran IDM000477404 dan masa berlaku selama sepuluh tahun.

Khusus IKM Putri sendiri, izin PIRT bernomor 2.15.75.71.04.0210.19, dan sertifikat halal dari MUI Provinsi

Gorontalo telah berhasil diperoleh yang tentunya beran besar yang diberikan oleh tim selama pendampingan melalui program lbM maupun pendampingan yang dilakukan oleh tim diluar program sebagai wujud dalam mengembangkan kedua IKM tersebut secara berkelanjutan Adapun labelisasi halal tersebut tercatat dengan nomor 181066121 dengan masa berlaku sampai dengan tahun 2017. Berikut adalah tabel yang menjelaskan tentang perkembangan izin (Legalisasi Produk) selama proses intervensi program lbM:

**Tabel 6.1**  
**Matriks Perkembangan Perolehan Legalisasi Usaha (Sertifikasi Pangan) IKM Cahaya Bintang Cakrawala dan IKM Putri Selaku Mitra Program lbM Stick Jagung Ikan Tahun 2016**

| Uraian  | IKM CBC |             |             | IKM Putri |                                       |             |
|---|---------|-------------|-------------|-----------|---------------------------------------|-------------|
|   | Sebelum | lbM 2014    | lbM 2016    | Sebelum   | lbM 2014                              | lbM 2016    |
| Mengikuti pengujian kadaluarsa produk di Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang (BPSMB) Diskopperindag | Belum   | Terealisasi |             | Belum     | Terealisasi                           |             |
| Label halal menurut hukum Islam dari MUI  | Belum   | Terealisasi |             | Belum     | Belum (Dalam pengurusan Administrasi) | Terealisasi |
| Sertifikat produksi P-IRT dari Dinas Kesehatan  | Belum   | Terealisasi |             | Belum     | Terealisasi                           |             |
| Sertifikat BARCODE Produk Stik JAGUAN   | Belum   | Belum       | Terealisasi | Belum     | Belum                                 |             |
| Sertifikat Paten Merek Produk JAGUAN  | Belum   | Belum       | Terealisasi | Belum     | Belum                                 | Belum       |

Stick jagung ikan JaguAn dari IKM Cahaya Bintang Cakrawala memilih kemasan plastik aluminium foil (14 x 22 cm). Hal ini disebabkan kelebihan yang dimiliki kemasan plastik yaitu ringan, fleksibel, multiguna, kuat, tidak bereaksi, tidak berkarat dan bersifat termoplastis (*heat seal*), dapat diberi warna dan harganya relatif murah /terjangkau. Kemasan aluminium foil dengan desain label dari desainer stiker kemasan UKM, membuat kemasan stick jagung menjadi lebih menarik.

Kemasan berbahan lapis aluminium foil (Alufoil) banyak diminati para pelaku usaha dikarenakan Kemasan Aluminium Foil (Alufoil) memiliki keunggulan-keunggulan diantaranya :

- a. Memiliki daya simpan tinggi
- b. Kuat dan tidak mudah sobek,
- c. Tahan terhadap proses pemanasan sterilisasi
- d. Resisten terhadap penetrasi lemak, minyak atau komponen makanan lainnya
- e. Tahan terhadap sinar UV
- f. Terjaga Kemurnian & Khasiatnya.
- g. Terjaga Kebersihannya
- h. Terjaga Cita Rasa dan Kesegarannya

IKM Putri sendiri terkait dengan kemasan yang digunakan disamping menggunakan plastik Polipropilen (PP) 0,10 mm, melalui program IbM ini mengalami peningkatan dengan Pemilihan dan penggunaan kemasan Stand Up Pouch Zipper Super Bening (14 x 29 cm).

Penggunaan dari kemasan Stand Up Pouch Zipper Super Bening memiliki kelebihan yakni:

- a. Memiliki daya tarik bentuk dari kemasannya
- b. Memiliki variasi warna yang menarik

- c. Memberikan keamanan dan kebersihan terhadap bahan makanan
- d. Memiliki keunggulan dapat digunakan pada berbagai jenis produk makanan, minuman, produk medis,
- e. Bisa diposisikan dalam keadaan berdiri.

Disamping itu pemilihan kemasan plastik Polipropilen (PP) 0,10 mm memiliki kelebihan dan keuntungan sesuai dengan karakteristik Polipropilen sebagai berikut:

- Lebih keras, kaku dan tidak mudah sobek
- Permukaan licin sehingga tinta cetak sulit merekat
- Tahan terhadap suhu tinggi sampai dengan 150<sup>0</sup> Celcius
- Memerlukan suhu tinggi untuk penutupan dengan panas (170<sup>0</sup> Celcius)
- Tidak cocok untuk makanan beku
- Cocok untuk sari buah, minyak atau makanan berminyak (berlemak)

Bahan tambahan pangan yang digunakan kedua IKM mitra berupa bumbu tabur untuk stik jagung juga ada kemiripan. Beberapa varian rasa yang disesuaikan dengan selera konsumen seperti bumbu balado, bumbu rasa jagung bakar, bumbu rasa jagung manis pedas, bumbu rasa udang, dan lain-lain.

## **b. Aspek Produksi**

Masalah utama yang dihadapi IKM Cahaya Bintang Cakrawala adalah ketiadaan alat penunjang produksi berupa pengaduk adonan (*mixer*) dan pengeras kemasan (*sealer*). Tanpa kedua alat tersebut, produksi tetap dapat dilakukan untuk memenuhi pesanan tertentu dalam jumlah terbatas dengan memanfaatkan alat seadanya dan kualitas hasil yang seadanya pula. Karena persoalan ini, IKM hanya mampu menghasilkan sekitar 200 bungkus dengan input 1 kg bahan baku jagung dan bahan-bahan campuran lainnya dan

mempergunakan 3 orang tenaga kerja. Jumlah ini biasanya dipasarkan untuk 2 minggu hingga 1 bulan. Sedangkan kemasan aluminium foil yang belum mampu dihasilkan oleh industri lokal membuat bahan tersebut harus dibeli langsung dari luar daerah (Pulau Jawa) sehingga memerlukan ongkos kirim.

Disamping itu meskipun ruang produksi berukuran relatif sempit karena masih menyatu dengan rumah tinggal tetapi hal ini dianggap belum terlalu menjadi masalah yang harus dibenahi dalam jangka pendek. Program IbM tahun 2014 membantu dalam hal pengadaan mixer sehingga jumlah produk dalam satuan bungkus dapat ditingkatkan dari semula hanya 200 bungkus menjadi 500 bungkus. Dengan harga Rp. 10.000 per bungkus berarti omzet per bulannya meningkat dari sekitar Rp. 2.000.000,- an menjadi Rp. 5.000.000,-an. Bahan baku yang dibeli langsung dipasar dari penjual yang berbeda menyebabkan kualitas dan harga yang tidak stabil. Untuk mengatasi persoalan tersebut, IKM telah menjalin kerjasama dengan pemasok tetap untuk memperoleh bahan baku yang terjaga kualitasnya serta murah dan stabil harganya.

Masalah utama yang dihadapi IKM Putri adalah ketiadaan alat penunjang produksi berupa kompor gas 2 tungku dan gilingan daging manual yang digunakan untuk menghaluskan jagung. Tanpa kedua alat tersebut, produksi tetap dapat dilakukan untuk memenuhi pesanan tertentu dalam jumlah terbatas dengan memanfaatkan alat seadanya dan kualitas hasil yang seadanya pula. IKM Putri juga langsung merenovasi bangunan ruang produksi yang semula menyatu dengan rumah tinggal kemudian berada di samping kiri rumah tinggal dari pimpinan IKM. Dengan adanya Program kegiatan IbM tahun 2014, IKM Putri memperoleh alat penunjang produksi berupa 1 unit kompor gas 2 tungku dan gilingan daging manual untuk menghaluskan jagung sehingga jumlah produk dalam satuan bungkus dapat ditingkatkan dari semula hanya 170 bungkus menjadi

300 bungkus. Dengan harga Rp.10.000 per bungkus berarti omzet per bulannya meningkat dari sekitar Rp. 1.700.000,- menjadi Rp. 3.000.000,-an. Bahan baku yang dibeli langsung dipasar dari penjual yang berbeda menyebabkan kualitas dan harga yang tidak stabil. Untuk mengatasi persoalan tersebut, IKM telah menjalin kerjasama dengan pemasok tetap untuk memperoleh bahan baku yang terjaga kualitasnya serta murah dan stabil harganya.

Intervensi program IbM tahun kedua (2016) kapasitas produksi yang dihasilkan oleh kedua IKM semakin memperlihatkan peningkatan yang signifikan. Hal ini dengan kenaikan jumlah produksi stik jagung ikan yang diperlihatkan oleh kedua IKM. Untuk kedua IKM baik IKM Putri dan IKM Cahaya Bintang Cakrawala (CBC) dalam memproduksi stik jagung ikan dapat dirata-ratakan untuk setiap bulan kedua IKM melakukan produksi 3 sampai dengan 4 kali. Untuk sekali produksi bisa menghasilkan 200 Pcs. Pada hari-hari tertentu seperti perayaan hari-hari besar agama maka jumlah produksi meningkat 2 - 3 kali perminggu.

Adapun ukuran produk dalam kemasan yang dihasilkan untuk masing-masing IKM berbeda. IKM Putri dalam memproduksi produknya dengan ukuran dalam kemasan berat/ weight 150gr, 250gr dan 500gr. Khusus IKM Cahaya Bintang Cakrawala dengan berat/ weight 80gr, 100gr, 250gr.

Ketersediaan akan kemasan yang selama ini menjadi hambatan, terutama kemasan yang baik dan dipersyaratkan oleh pihak pasar modern/ supermarket untuk saat ini bisa diantisipasi melalui pemesanan di Rumah kemasan milik Pemerintah Provinsi, pembelian langsung di supermarket dan Departmen Story Karsa Utama. Disamping itu ketersediaan akan kemasan tersebut juga bisa diperoleh melalui beberapa pelaku usaha sejenis yang dianggap sudah mapan dan menyediakan kemasan tersebut dalam jumlah

banyak. Diantaranya melalui IKM Flamboyan, Pia saronde dan lain-lain.

Masalah lainnya yang menjadi perhatian Tim IbM terkait dengan kelangsungan produksi yang dilakukan kedua IKM adalah dengan memfasilitasi pengadaan ruangan etalase produk untuk dipasarkan, ruang pengepakan dan pengemasan serta ruang memasak. Khusus ruang dan fasilitas etalase produk pihak IbM memberikan lemari kaca (Etalase Produk) kepada kedua IKM serta membantu perbaikan fasilitas ruangan yang akan digunakan guna proses promosi dan pemasaran produk. Keberadaan ruangan ini oleh kedua IKM sangat berguna disamping sebagai tempat promosi/pemasaran sebagian ruangan yang disekat dapat dijadikan sebagai tempat pengepakan/ pengemasan

### **c. Aspek Ketenagakerjaan**

Masalah tenaga kerja yang dihadapi IKM Cahaya Bintang Cakrawala dan IKM Putri adalah terkait minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam hal pengelolaan bisnis. Program IbM telah mengintervensi dengan pelatihan penguatan produksi dan manajemen usaha. Selain dalam bentuk ceramah, pelatihan juga dilaksanakan dalam bentuk simulasi untuk memastikan dan menyaksikan langsung perubahan perbaikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta sebagai hasil dari pelatihan tersebut.

Terkait dengan aspek tenaga kerja untuk saat ini kedua IKM sudah dapat mempekerjakan 4 – 5 karyawan sebagai tenaga produksi. Pada hari – hari menghadapi perayaan hari besar agama kedua IKM ini mampu menampung dan mempekerjakan orang lain diluar dari tenaga kerja yang dimiliki. Untuk saat ini IKM Putri sudah menjadi tempat pemagangan bagi tenaga kerja/ calon wirausaha

baru yang dibina oleh Dinas tenaga kerja baik Pemerintah Kota Gorontalo juga Pemprov Gorontalo

#### **d. Aspek Pemasaran**

Pada mulanya, masalah utama aspek pemasaran adalah sulitnya menempatkan produk di sentra-sentra perdagangan besar seperti supermarket dan mall. Hal ini disebabkan supermarket menetapkan standar barang dan persyaratan administratif seperti label halal MUI dan P-IRT dari Dinas Kesehatan yang relatif sulit dipenuhi IKM lokal yang baru tumbuh kembang dan belum berpengalaman menempatkan produknya di supermarket.

Dengan adanya intervensi pelaksanaan program Ipteks Bagi Masyarakat (IbM) baik yang telah dilaksanakan pada tahun 2014 dan pada tahun 2016 maka seluruh persyaratan yang merupakan syarat yang harus dipenuhi produk panganan untuk bisa masuk pada pasar modern telah direalisasikan dengan baik seperti yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya (Aspek Produk). Dengan adanya beberapa persyaratan legalisasi izin produk dipenuhi oleh kedua IKM tersebut, maka produk stik jagung ikan dari kedua IKM tersebut sudah bisa diterima dan menembus pasar modern atau supermarket yang ada di Kota Gorontalo.

Disamping itu untuk menunjang proses pemasaran agar produk stik jagung ikan dari kedua IKM mitra bisa dikenal lebih baik oleh masyarakat baik lokal daerah dan luar daerah Gorontalo maka perlu melakukan promosi dan pemasaran online memanfaatkan berbagai media sosial diantaranya *web* dan *facebook*. Pada pelaksanaan program IbM tahun 2016 ini dilaksanakan beberapa strategi promosi guna memperkenalkan produk tersebut. Usaha tersebut diantaranya yakni:

### a. *Pemuatan Iklan di Media Massa Harian Gorontalo Post*

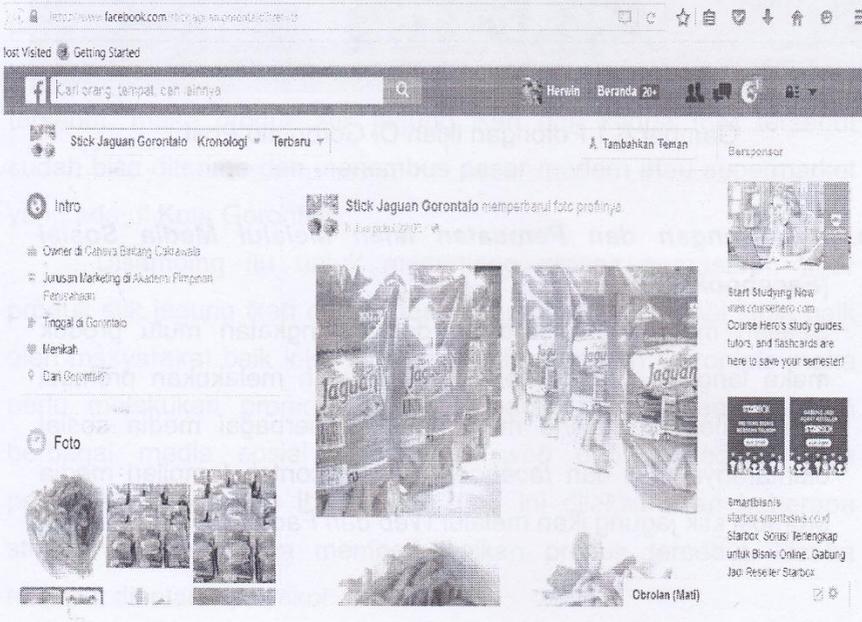
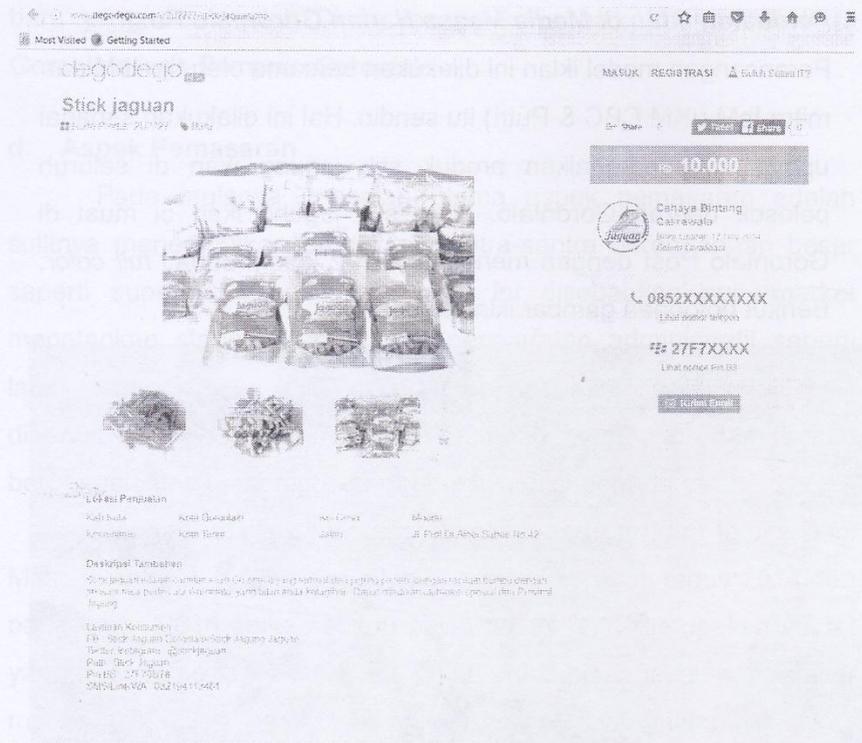
Perancangan model iklan ini dilakukan bersama oleh tim lbM dan mitra lbM (IKM CBC & Putri) itu sendiri. Hal ini dilakukan sebagai upaya memperkenalkan produk stik jagung ikan di seluruh pelosok daerah Gorontalo. Iklan stik jagung ikan di muat di Gorontalo Post dengan menggunakan 2 kolom serta *full color*. Berikut potongan gambar iklan tersebut.



Gambar 6.1 Potongan iklan Di Gorontalo Post

### b. *Perancangan dan Pemuatan Iklan Melalui Media Sosial (Facebook)*

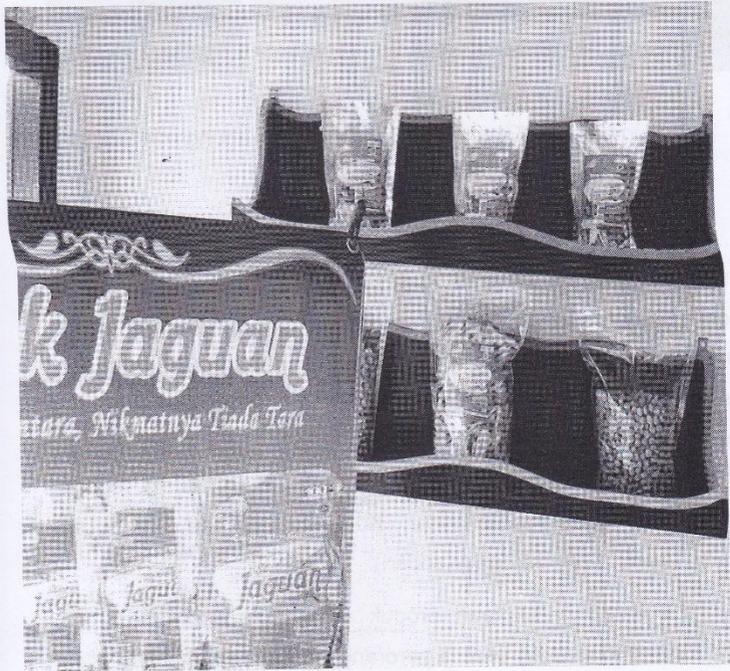
Setelah melakukan perbaikan dan peningkatan mutu produk maka langkah penting selanjutnya adalah melakukan promosi dan pemasaran online memanfaatkan berbagai media sosial diantaranya *web* dan *facebook*. Berikut contoh tampilan media promosi stik jagung ikan melalui *Web* dan *Facebook*.



Gambar 6.2. Tampilan promosi *online* stik jagung ikan

### c. *Penyediaan Outlet/ Gerai Penjualan Stik Jagung Ikan*

Disamping kedua langkah strategis di atas, juga dalam memasarkan produk stik jagung ikan maka dalam pelaksanaan program tahun ini dilakukan melalui pengadaan tempat dan lokasi (outlet) pemasaran stik jagung ikan itu sendiri. Keberadaan tempat pemasaran ini sangat dibutuhkan oleh kedua IKM dalam memasarkan produknya. Disamping sebagai etalase produk juga tempat tersebut memudahkan para mitra untuk mengontrol produknya dari batas kadaluarsa produk, dan juga sebagian ruangan bisa digunakan sebagai tempat pengemasan produk.





Gambar 6.3. Tampilan outlet/ Gerai stik jagung ikan

Dengan terpenuhinya beberapa legalisasi izin produk yang merupakan persyaratan untuk memasuki pasar moder dan juga terpenuhinya promosi produk stik jagung ikan pada beberapa media koran harian Gorontalo dan media *online* dampaknya langsung terasa beberapa bulan setelahnya dimana terjadi peningkatan permintaan signifikan, baik untuk pemenuhan pasar lokal daerah sendiri maupun beberapa daerah di luar propinsi Gorontalo seperti: Kota Manado, Luwuk, Makassar, Kota Dumai Riau, Cilangkap (Jakarta Timur), Kota Baruga (Kendari).

Peningkatan permintaan produk stik jagung ikan meskipun disadari masih dilakukan secara perorangan akan tetapi paling tidak produk tersebut bisa dikenal di luar daerah Provinsi Gorontalo. Adapun pemesanan dalam jumlah besar yang bisa direalisasikan sebatas pengiriman ke kota Manado Provinsi Sulawesi Utara.

#### e. Aspek Keuangan/Permodalan

Keterbatasan modal kerja membuat operasional perusahaan belum bisa dimaksimalkan. Hal yang dapat diintervensi tim IbM adalah menyampaikan tips dan trik serta menginternalisasikan kemampuan mengakses permodalan dari perbankan maupun pihak swasta kepada IKM mitra

## PEMANGKAPAN PERMASALAHAN UKM MITRA

### 2. PRODUK DAN PROSES PRODUKSI

#### Model Produk dan Tahapan Produk

Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan ini adalah kacang kedelai yang sudah dikupas, kacang kedelai yang sudah dikupas yang sudah dikupas, dan kacang kedelai yang sudah dikupas. Tahapan dalam proses ini adalah kacang kedelai yang sudah dikupas, kacang kedelai yang sudah dikupas, dan kacang kedelai yang sudah dikupas. Tahapan dalam proses ini adalah kacang kedelai yang sudah dikupas, kacang kedelai yang sudah dikupas, dan kacang kedelai yang sudah dikupas.

Disusun oleh tim perancang produk pada tanggal 10/05/2023 dan disetujui sebagai berikut:

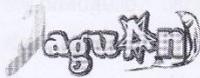
#### 1. Pencarian

Tahap awal proses produksi ini dimulai dengan pencarian lokasi yang layak untuk memproduksi makanan yang berkualitas pada permulaan bahan baku.

#### 2. Penyediaan dan sumber daya

Konsep yang telah dibuat kemudian digunakan untuk mengidentifikasi pasar, lokasi, dan sumber daya. Setelah itu, langkah selanjutnya adalah penyediaan sumber daya yang diperlukan untuk memulai produksi.

#### 3. Perencanaan



## BAB VII PENANGANAN PERMASALAHAN UKM MITRA

### A. PRODUK DAN PROSES PRODUKSI

#### Proses Produksi dan Tahapan Produksi

Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan stik jagung ikan ini adalah jagung yang sudah mengalami proses pemipilan, dan ikan cakalang yang masih segar. Kemudian digunakan pula bahan – bahan tambahan seperti tepung tapioka, gula, garam, seledri, dan telur. Waktu produksi dalam sebulan adalah 20 hari kerja, sehingga dalam setahun yakni 240 hari kerja.

Diagram alir proses produksi pada gambar tersebut dapat dijelaskan sebagaic berikut:

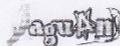
#### 1. Pencucian

Tahap awal proses produksi ini dimulai dengan pencucian jagung dan ikan yang bertujuan untuk menghilangkan kotoran yang menempel pada permukaan bahan baku.

#### 2. Penyiangan dan Suwir Ikan

Ikan yang telah dicuci kemudian disiangi, untuk mengeluarkan isi perut, kepala, dan tulang-tulanganya. Setelah itu, langsung disuwir-suwir sehingga menjadi serat-serat ikan.

#### 3. Perebusan



Jagung yang telah dicuci kemudian direbus untuk menghilangkan kulit ari yang menempel pada biji jagung dan mempermudah dalam proses penggilingan. Dalam proses perebusan menggunakan air dan kapur sirih. Fungsi kapur sirih disini adalah untuk membantu menghilangkan kulit ari yang masih menempel pada jagung dan jagung menjadi mengembang. Perebusan dilakukan selama 3 jam pada suhu 120°C dan setiap 30 menit.

#### 4. Penggilingan I

Proses penggilingan I dilakukan untuk menghaluskan jagung sehingga menjadi suatu adonan jagung untuk proses selanjutnya. Untuk hasil terbaik, penggilingan dilakukan maksimal dua kali.

#### 5. Pencampuran adonan

Pada tahap ini jagung yang telah digiling dan telah menjadi adonan jagung, kemudian dicampurkan dengan bahan-bahan pendukungnya seperti tepung tapioka, ikan yang telah disuwir, telur, gula, garam, dan daun seledri.

#### 6. Penggilingan II

Setelah semua adonan tercampur, maka dilakukan penggilingan ke II, untuk membentuk adonan menjadi bentuk bulat memanjang layaknya mie, dengan menggunakan alat penggiling daging/mie.

#### 7. Penggorengan

Setelah campuran adonan sudah berbentuk bulat memanjang seperti mie, kemudian dilanjutkan dengan proses penggorengan hingga matang dan berwarna kuning kemerah-merahan. Selama proses penggorengan dilakukan pemotongan agar bisa berbentuk stick.

#### 8. Penirisan

Untuk meniriskan minyak pada stick jagung ikan yang telah digoreng, maka digunakan mesin spinner, agar kadar minyak dalam



## **B. DISTRIBUSI**

### ***Jalur Distribusi Produk***

Saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang yang diproduksi kepada konsumen. Jalur distribusi produk stick jagung ikan perusahaan Cahaya Bintang Cakrawala Menggunakan dua sistem distribusi langsung dan tak langsung yaitu:

a. Produsen – Retailer

Adapun sistem distribusi ini dapat dijalankan dengan cara perusahaan langsung menyalurkan produk langsung ke retailer yang ada di Kota Gorontalo, Kabupaten Gorontalo, dan Kabupaten Bone Bolango, serta Kota Manado (Sulawesi Utara).

b. Produsen – Konsumen

Sistem ini dapat dijalankan dengan cara produsen langsung menyalurkan produknya ke konsumen melalui pengiriman Pos dan TIKI, atau konsumen yang datang langsung ke perusahaan untuk membeli produk. Pengiriman Produk ke konsumen luar kota yakni Kota Manado, Luwuk, Makassar, Kota Dumai Riau, Cilangkap (Jakarta Timur), Kota Baruga (Kendari).

## **C. PERGUDANGAN DAN PENYIMPANAN**

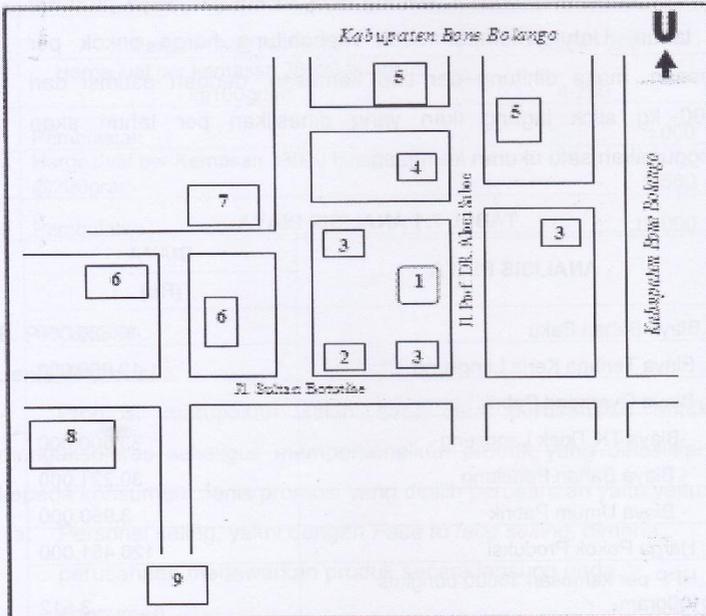
Penyimpanan produk mulai dari bahan baku sampai dengan barang jadi disimpan ditempat penyimpanan tersendiri atau gudang. Sistem yang digunakan yakni sitem FIFO (First In First Out) yakni produk yang pertama kali masuk, adalah produk yang pertama keluar.

### ***Outlet dan Lokasi***

Penjualan produk diarahkan ke tiga wilayah di Provinsi Gorontalo yaitu Kota Gorontalo, Kabupaten Gorontalo, dan Kabupaten Bone Bolango. Perusahaan Cahaya Bintang cakrawala

dan IKM Putri menitipkan produknya pada centra – centra penjualan ole – ole Gorontalo, dan beberapa supermarket. Disamping itu Kedua IKM tersebut telah memiliki outlet/ gerai sendiri melalui pembiayaan lbM dan sharing pembiayaan dari Dinas Perindustrian Koperasi & UMKM.

Adapun Denah lokasi IKM Mitra yang juga sekaligus menjadi outlet penjualan adalah seperti gambar dibawah ini:



Gambar 7.2 Denah Lokasi Mitra lbM

Keterangan dari gambar denah adalah sebagai berikut :

- 1 = Lokasi Usaha perusahaan IKM Cahaya Bintang Cakrawala (CBC)
- 2 =GBC (Gorontalo Bussiness Centre), Mall Gorontalo, Hypermart.
- 3 = Pasar Tradisional

- 4 = RSUD Prof. Dr. Aloi Saboe
- 5 = Komplek Perkantoran
- 6 = Pertokoan
- 7 = (UNG) Universitas Negeri Gorontalo
- 8 = Pusat Perdagangan/Pusat Pertokoan/Swalayan.
- 9 = TPI (Tempat Pelelangan Ikan)

#### D. HARGA

##### *Harga Pokok Produksi*

Harga pokok produksi dihitung dengan analisis biaya produksi per tahun. Untuk mempermudah menghitung harga pokok per kemasan, maka dihitung per tiap kemasan, dengan asumsi dari 36000 kg stick jagung ikan yang dihasilkan per tahun akan menggunakan satu ukuran kemasan.

**TABEL 7.1 ANALISIS BIAYA**

| ANALISIS BIAYA                            | BIAYA       |
|---|-------------|
|   | (Rp)        |
| A. Biaya Bahan Baku                       | 46.680.000  |
| B. Biaya Tenaga Kerja Langsung            | 12.000.000  |
| C. Biaya Overhead Pabrik                  |             |
| -Biaya TK Tidak Langsung                  | 33.600.000  |
| - Biaya Bahan Penolong                    | 30.221.000  |
| - Biaya Umum Pabrik                       | 3.950.000   |
| D. Harga Pokok Produksi                   | 126.451.000 |
| E. HPP per kemasan 36000 bungkus @100gram | 3.512       |
| Pembulatan                                | 3.500       |
| F. HPP Per Kemasan 18000 bungkus@ 200gram | 7.025       |
| Pembulatan                                | 7.000       |

## Harga Jual

Tabel 7.2 ANALISIS HARGA JUAL

| NO | ANALISIS BIAYA                                | BIAYA (Rp)  |
|----|---|-------------|
| 1  | Harga Pokok Produksi                          | 126.451.000 |
| 2  | Biaya Pemasaran                               | 11.500.000  |
|    | Total Biaya                                   | 137.951.000 |
| 3  | Laba yang diambil 20 %                        | 27.590.200  |
|    | Harga Pokok Penjualan                         | 165.541.200 |
|    | Harga jual per kemasan 36000 bungkus @100gram | 4.790       |
|    | Pembulatan                                    | 5.000       |
|    | Harga Jual per Kemasan 18000 bungkus @200gram | 9.580       |
|    | Pembulatan                                    | 10.000      |

## E. PROMOSI

### Jenis Promosi

Promosi merupakan salah satu cara perusahaan untuk mengakseleras sekaligus memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen. Jenis promosi yang dipilih perusahaan yaitu yaitu:

- Personal seling, yakni dengan *Face to face selling*, dimana perusahaan menawarkan produk secara langsung pada konsumen
- Brosur atau leaflet.
- Promosi melalui radio
- Promosi penjualan melalui kartu nama.
- Promosi dengan menggunakan banner atau spanduk.
- Public Relation / pameran
- Promosi melalui stiker-stiker perusahaan

- h. Secara online melalui jejaring sosial (facebook, twitter), web, blog, dan *Blackberry Messenger* (BBM)



Gambar. 7.2 Materi Promosi

Materi promosi berupa brosur atau leaflet, poster, stiker, serta banner, seperti yang tergambar pada gambar di atas. Dengan melihat gambar ini, ekspektasi perusahaan agar konsumen dapat terpengaruh, tertarik dan penasaran dengan produk stik jagung ikan ole-ole khas Gorontalo dengan cita rasa khas dan nikmatnya yang luar biasa.

## F. KEMASAN

Ketersediaan kemasan serta adanya desain kemasan yang lebih menarik dan dipersyaratkan bagi pasar swalayan/modern

Kemasan merupakan media untuk membungkus, menutupi, melindungi sekaligus alat promosi bagi produk. Tahap permulaan, produk dikemas sangat sederhana dengan menggunakan plastic biasa. Ini harus dilakukan mengingat kuantitas produksi masih terbatas, konsumen atau pihak pemesan masih sangat sedikit serta modal usaha yang sangat minim.

Setelah produk cukup dikenal pasar dan permintaan cenderung meningkat maka stick jagung ikan ini dikemas menggunakan kemasan yang terbuat dari *aluminium foil* dan terdiri dari 2 ukuran kemasan yaitu ukuran 100 gram dan 200 gram (IKM Cahaya Bintang Cakrawala). Khusus IKM Putri menggunakan kemasan Polipropilen (PP) 0,10 dan kemasan Stand Up Pouch Zipper Super Bening. Berikut adalah kelebihan dari masing –masing kemasan tersebut

Kemasan berbahan lapis aluminium foil (Alufoil) banyak diminati para pelaku usaha dikarenakan Kemasan Aluminium Foil (Alufoil) memiliki keunggulan diantaranya :

- a. Memiliki daya simpan tinggi
- b. Kuat dan tidak mudah sobek,
- c. Tahan terhadap proses pemanasan sterilisasi
- d. Resisten terhadap penetrasi lemak, minyak atau komponen makanan lainnya
- e. Tahan terhadap sinar UV
- f. Terjaga Kemurnian & Khasiatnya.
- g. Terjaga Kebersihannya
- h. Terjaga Cita Rasa dan Kesegarannya

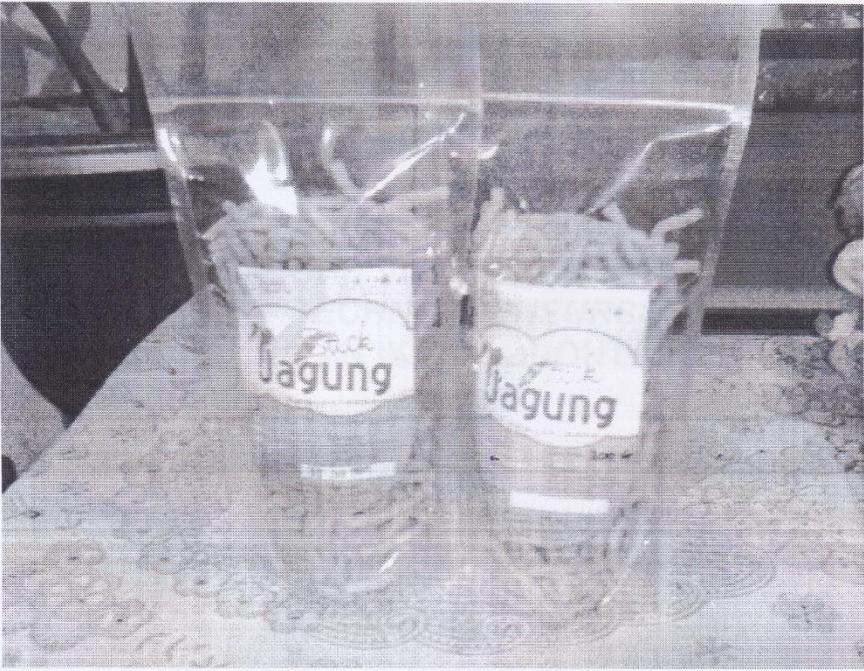
Penggunaan dari kemasan Stand Up Pouch Zipper Super Bening memiliki kelebihan yakni:

- a. Memiliki daya tarik bentuk dari kemasannya
- b. Memiliki variasi warna yang menarik
- c. Memberikan keamanan dan kebersihan terhadap bahan makanan
- d. Memiliki keunggulan dapat digunakan pada berbagai jenis produk makanan, minuman, produk medis,
- e. Bisa diposisikan dalam keadaan berdiri.

Disamping itu pemilihan kemasan plastik Polipropilen (PP) 0,10 mm memiliki kelebihan dan keuntungan sesuai dengan karakteristik Polipropilen sebagai berikut:

- Lebih keras, kaku dan tidak mudah sobek
- Permukaan licin sehingga tinta cetak sulit merekat
- Tahan terhadap suhu tinggi sampai dengan 150<sup>0</sup> Celcius
- Memerlukan suhu tinggi untuk penutupan dengan panas (170<sup>0</sup> Celcius)
- Tidak cocok untuk makanan beku
- Cocok untuk sari buah, minyak atau makanan berminyak (berlemak)

*Prototype* kemasan produk stick jagung ikan yang dihasilkan oleh IKM Cahaya Bintang Cakrawala dan IKM Putri dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar. 7.3 Kemasan Stand Up Pouch Zipper Super Bening & Almunium Foil

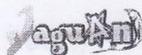


## BAB VIII TECHNOPRENEURSHIP JAGUNG DAN IKAN GORONTALO

### A. PROSPEK BISNIS

*The Hidden Paradise*, julukan Provinsi Gorontalo karena terkenal memiliki potensi alam khususnya pertanian dan perikanan yang relatif melimpah. Didukung oleh kondisi geografis, sosio-kultural dan program pemerintah daerah, jagung dan ikan (laut) diandalkan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Jagung dikenal sebagai salah satu makanan utama bagi masyarakat Gorontalo, sehingga pemerintah daerah provinsi maupun kabupaten kota menempatkannya dalam Program Agropolitan Berbasis Jagung sebagai Komoditas Unggulan, disamping Etalase Perikanan dengan *Taksi Mina Bahari* sebagai ujung tombak untuk menggerakkan ekonomi masyarakat. Produksi jagung Gorontalo mencapai 753.598 ton per tahun (Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Gorontalo, 2012). Perikanan juga menjadi komoditi unggulan daerah karena memiliki potensi cukup besar. Diperkirakan jumlah ikan laut di perairan Gorontalo mencapai 1.226.090 ton/tahun (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Gorontalo, 2012).

Agropolitan dan Etalase Perikanan berdampak positif bagi perekonomian daerah yang ditunjukkan oleh kontribusi signifikan bagi



peningkatan pendapatan, pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja lokal (Mopangga dkk, 2013:200). Tetapi persoalannya adalah kedua komoditas tersebut dijual kepada konsumen lokal, antarpulau maupun luar negeri masih dalam bentuk baku/mentahnya. Hampir tidak ada intervensi teknologi atau proses pengolahan untuk memberi nilai tambah produk, padahal jagung dan ikan bisa diandalkan menjadi kompetensi inti industri Gorontalo. Permintaan beberapa negara seperti Malaysia, Philipina, Jepang dan Korea juga cenderung meningkat. Akibat minimnya kreativitas dan inovasi, sulit menemukan pangan lokal yang dapat dijadikan produk ekspor. Dengan memanfaatkan teknologi produksi pertanian dan perikanan, jagung dan ikan sebenarnya dapat dimanfaatkan menjadi peluang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terutama bagi mahasiswa yang mau dan mampu merintis usaha.

Menurut data Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Gorontalo tahun 2014, produk stik jagung ikan di Kota Gorontalo dan Kabupaten Gorontalo dipasok oleh 6 perusahaan yang rata-rata kapasitas produksinya  $\pm 1.728$  kg per tahun. Ini berarti total penawaran stik jagung ikan  $\pm 103.680$  kg per tahun. Peluang pasar untuk produk stik jagung ikan merupakan hasil dari selisih antara jumlah permintaan dan penawaran, yakni sebesar 100.882 kg per tahun. Dengan demikian peluang usaha untuk produk stik jagung ikan masih sangat besar. Sebagai pemain baru dalam pasar produk pangan stik jagung ikan, untuk mengambil pangsa pasar dan mengisi kekurangan permintaan akan stik jagung ikan, maka UKM Putri dan Cahaya Bintang Cakrawala menargetkan meraih pangsa pasar sebesar 40%. Padahal bila mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki relatif cukup memadai, antara lain ketersediaan bahan baku yang cukup melimpah demikian halnya dengan tenaga kerja, tempat usaha / proses produksi yang juga bisa berfungsi sekaligus sebagai tempat jualan.

Hingga akhir tahun 2014 terdapat beberapa industri rumah tangga produk pangan olahan stik jagung yang berkembang di Kota Gorontalo. Mereka aktif mengikuti diklat atau *workshop* yang disponsori Dinas Kumperindag maupun Bank Indonesia Gorontalo. UMKM ini juga aktif melaksanakan promosi langsung maupun melalui sosial media dan mengikuti pameran/eksebsi bilamana diundang oleh penyelenggara. Kelompok usaha mikro kecil dan koperasi yang bergerak dalam usaha produksi dan pemasaran stik jagung inilah menjadi tumpuan utama peningkatan mutu produk, promosi dan perluasan pemasaran sehingga stik berbahan dasar jagung dan ikan ini menjadi salah satu produk unggulan ekspor bagi Gorontalo.

## **B. STIK JAGUNG IKAN MENUJU PRODUK EKSPOR**

### **JaguAn; stik jagung ikan rintisan wirausaha mahasiswa**

Menyiasati minimnya jenis usaha produk olahan makanan yang memanfaatkan jagung dan ikan maka terdapat sejumlah orang yang telah memiliki sedikit pengalaman dalam pengolahan stik, emping dan kerupuk berinisiatif menyusun proposal bisnis untuk pembuatan stik jagung ikan. Penyusunan proposal ini tentu saja dengan harapan agar segera terealisasi usaha tersebut (Kiyai, 2012:1). Bisnis yang didirikan adalah usaha pengolahan pangan berbasis jagung dan ikan menjadi produk makanan ringan yaitu stik jagung ikan. Usaha ini dibentuk untuk memanfaatkan dua komoditas unggulan Gorontalo yaitu jagung dan ikan sehingga dapat diolah menjadi produk yang lebih bernilai tambah dan bergizi tinggi sekaligus menjadi ole-ole khas Gorontalo. Bisnis ini merupakan perpaduan pengolahan jagung dan ikan dalam satu produk baru berupa stik. Biasanya produk yang ada hanya stik jagung saja, atau kerupuk ikan saja, namun bisnis ini menawarkan perpaduan jagung dan ikan dengan cita rasa yang tinggi dari dua bahan yang berbeda. Keunikan ditawarkan yakni dalam sekali gigit, penikmat produk mendapatkan dua sensasi rasa

sekaligus yaitu rasa jagung dan ikan. Dengan menggunakan kemasan yang menarik dan mutu produk yang terjamin.

Persoalan mendasar adalah rencana bisnis yang disusun hampir setahun lalu hingga saat ini belum terealisasi. Padahal bisnis plan stick jagung ikan (*JaguAn*) yang disusun Sdri. Sefya Kiyai telah ditetapkan menjadi pemenang Seleksi Bisnis Plan Terbaik pada Diklat Industri Regional VII Makassar sesuai dengan Keputusan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 537/M-IND/Kep/10/2012 tentang Penetapan Pemenang Seleksi Bisnis Plan Terbaik Tenaga Penyuluh Lapangan Industri Kecil dan Menengah (TPL-IKM) Program Beasiswa Angkatan 2007 tanggal 19 Oktober 2012.

Poin-poin utama yang disampaikan dalam bisnis plan tersebut diantaranya:

Visi usaha *JaguAn* ini adalah “*Menjadi Bintangnya Usaha Makanan Ringan di Provinsi Gorontalo dalam waktu 5 tahun mendatang*” sedangkan misinya adalah; 1) Meningkatkan kualitas dan menjaganya agar tetap terjamin, 2) Menerapkan Gugus Kendali Mutu (GKM), 3) Menerapkan sistem *Good Manufacturing Process* (GMP), 4) Melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan melalui media cetak dan elektronik, 5) Menjadikan produk stik jagung ikan sebagai pioner ole-ole khas Gorontalo yang ramai dicari konsumen, 6) Meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan 7) Menjaga loyalitas pelanggan dengan memberikan insentif pemasaran (Kiyai, 2012:3).

Untuk tahap awal perusahaan berfokus hanya memproduksi satu produk yakni stik jagung ikan. Stik jagung ikan dijadikan produk unggulan perusahaan karena keunikan yang dimiliki dibanding dengan produk berbahan baku jagung atau produk berbahan baku ikan lainnya. Perusahaan memfokuskan pada satu produk karena

perusahaan berusaha agar produk selalu tersedia di pasaran, sehingga konsumen dapat terus mendapatkan stik jagung ikan ini

Sasaran bisnisnya adalah; 1) meraih pangsa pasar sebesar 20% di enam kabupaten/kota di Gorontalo pada tahun kedua, 2) mencapai *payback period* pada tahun kedua, 3) menjadi pemimpin pasar (*market leader*) pada tahun kelima, 4) memiliki karyawan dari masyarakat sekitar yang tidak memiliki pekerjaan (pengangguran) dan remaja putus sekolah. Segmen pasar yang hendak dituju oleh *JaguAn* meliputi masyarakat kelas menengah ke atas di Provinsi Gorontalo khususnya yang ada di Kota Gorontalo, Kabupaten Gorontalo dan Kabupaten Bone Bolango. Target pasarnya adalah perempuan dan laki-laki, usia 6–45 tahun, pekerjaan pelajar (siswa dan mahasiswa), pegawai/karyawan/pekerja maupun umum, karakteristik penyuka makanan ringan (*snack*). Posisi pasar (*Positioning*) dimaksudkan untuk menempatkan produk sehingga tertanam dalam benak pelanggan. Dalam hal ini wirausahawan menempatkan posisi produk sebagai penantang pasar atau *market challenger*. Artinya produk stik jagung ikan merupakan produk penantang dari produk pesaing sejenis lainnya yang sudah ada dipasaran. Promosi merupakan salah satu cara wirausahawan untuk mengakselerasi sekaligus memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen. Jenis promosi yang dipilih diantaranya; *personal selling*, dengan cara *face to face selling*, dimana wirausahawan menggunakan agen-agen pemasar untuk menawarkan produk secara langsung kepada konsumen; brosur atau *leaflet*; promosi melalui radio, mengedarkan kartu nama, menggunakan banner atau spanduk; *public relation*/pameran; memanfaatkan media online/jejaring sosial.

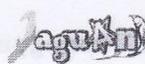
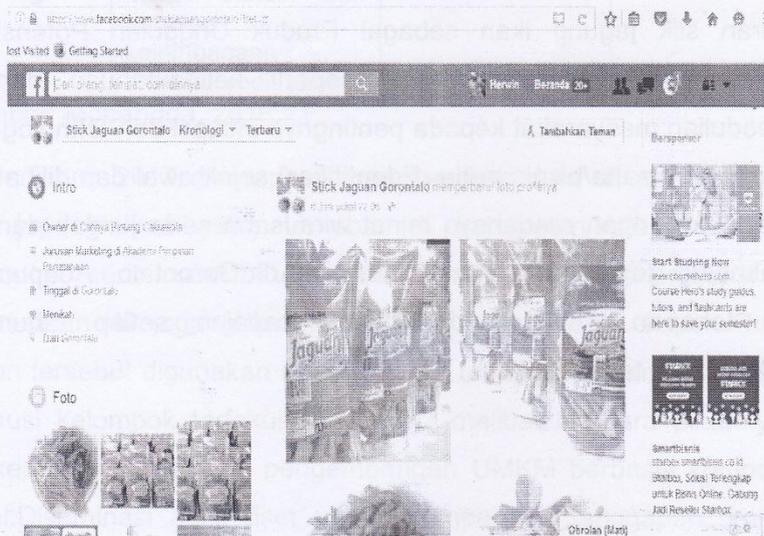
b. Tahap peningkatan kualitas produk

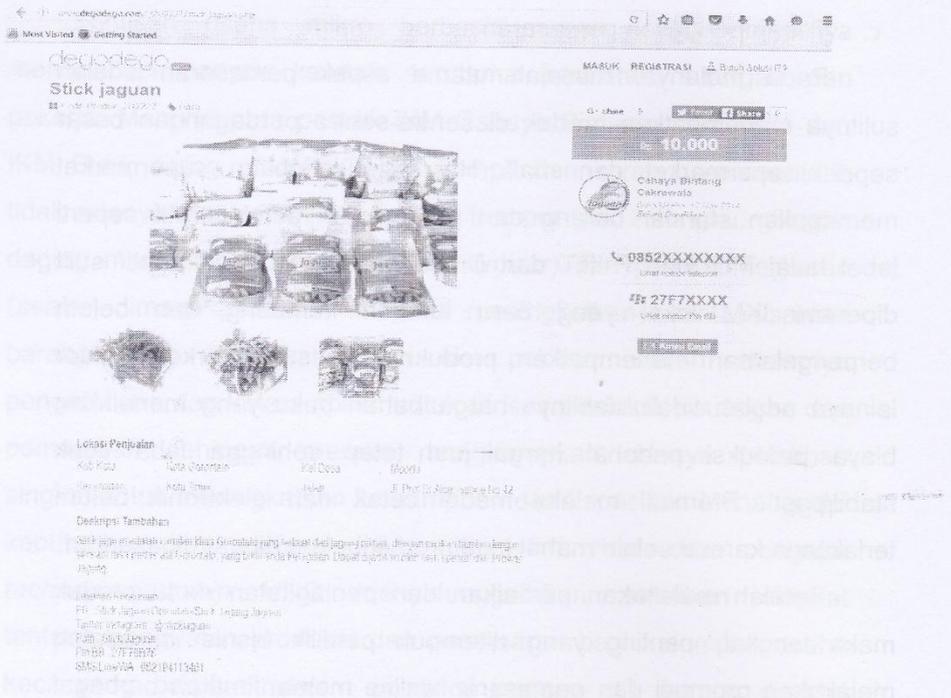
Rintisan usaha mikro berbasis rumah tangga biasanya menghadapi banyak kendala terutama peralatan, ruangan dan pekerja. Menurut para pemilik IKM Cahaya Bintang Cakrawala dan IKM Putri, ruang produksi relatif sempit dan kurang representatif, tidak adanya alat penunjang berupa kompor gas 2 tungku, gilingan daging manual, pencampur adonan (*mixer*) dan perekat kemasan (*sealer*) dimana peralatan ini guna meningkatkan kuantitas/satuan barang yang dihasilkan. Dari sisi pekerja adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan untuk proses produksi, keuangan dan pemasaran sehingga mereka mengharapkan adanya pelatihan singkat untuk meningkatkan kemampuan dan kapasitas. Menanggapi kebutuhan dan aspirasi IKM mitra, tim riset dan pengajar *technopreneurship* UNG menyelenggarakan pelatihan singkat tentang penguatan produksi dan pemasaran bagi kelompok usaha kecil yang bergerak dalam produksi pangan stik jagung disertai bimbingan teknis penataan keuangan dan administrasi usaha. Setelah menyelesaikan kegiatan pelatihan, tim melakukan pendampingan ke lokasi IKM mitra untuk menyaksikan langsung proses produksi, pengemasan, distribusi barang kepada sentra-sentra penjualan, penataan administrasi usaha dan pengelolaan keuangan. Selanjutnya membantu IKM mitra mengikuti *workshop*, pameran, eksibisi dan sejenisnya yang ditujukan untuk promosi produk IKM Gorontalo. Setiap produk olahan makanan yang dijual kepada khalayak (pasar) terlebih dahulu harus melalui proses pengujian kelayakan dan kehalalan. Kedua IKM mitra telah mengikuti pengujian kadaluarsa produk di Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang (BPSMB) di Diskumperindag Provinsi Gorontalo serta telah memiliki izin Dinas Kesehatan terkait Pangan Industri Rumah Tangga atau P-IRT dan sertifikasi halal menurut Hukum Islam dari Majelis Ulama Indonesia Provinsi Gorontalo.

### c. Tahap perluasan pemasaran

Pada mulanya, masalah utama aspek pemasaran adalah sulitnya menempatkan produk di sentra-sentra perdagangan besar seperti supermarket dan mall. Hal ini disebabkan supermarket menetapkan standar barang dan persyaratan administratif seperti label halal MUI dan P-IRT dari Dinas Kesehatan yang relatif sulit dipenuhi IKM lokal yang baru tumbuh kembang dan belum berpengalaman menempatkan produknya di supermarket. Faktor lainnya adalah tidak stabilnya harga bahan baku yang menaikkan biaya produksi padahal harga jual tetap sehingga laba tidak stabil/pasti. Promosi melalui media cetak dan elektronik belum terlaksana karena selain mahal juga produk belum dibuat/dipasarkan.

Setelah melakukan perbaikan dan peningkatan mutu produk maka langkah penting yang ditempuh pemilik bisnis ini adalah melakukan promosi dan pemasaran online memanfaatkan berbagai media sosial diantaranya *web* dan *facebook*. Dampaknya langsung terasa beberapa bulan setelahnya dimana terjadi peningkatan permintaan signifikan. Berikut beberapa contoh tampilan promosi *online*.





Gambar 8.1. Tampilan promosi *online* stik jagung ikan

Langkah berikut yang direncanakan oleh tim *technopreneurship* UNG adalah menyusun metode manajemen usaha produksi dan pemasaran stik jagung ikan sebagai Produk Unggulan Potensi Ekspor Gorontalo. Masalah aktual seperti ketidaktahuan dan ketidakpedulian masyarakat kepada pentingnya inovasi dan teknologi untuk kegiatan usaha/bisnis perlu diidentifikasi sejak awal dan dilihat hubungannya dengan rendahnya minat wirausaha serta jumlah dan mutu teknologi tepat guna yang dihasilkan di Gorontalo. Adapun rencana tahapan, kegiatan dan target capaian setiap tahun ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 8.1  
Uraian Aspek dan Pencapaian Setiap Tahun

| Uraian     | Tahun 2016  | Tahun 2017  | Tahun 2018                              |
|------------|---|---|---|
| Bahan baku | Tersedia dalam jumlah memadai, mutu terjamin                                      | Terstandarisasi   | Terstandarisasi                         |
| Kemasan    | Dari plastik sederhana menjadi aluminium foil (AF) yg dibeli pd pihak distributor | AF tidak melalui pihak distributor tetapi dibeli langsung dr produsen di Jawa | Menggunakan AF berstandar internasional |
| Produksi   | Mencapai kapasitas 5000 bungkus per bulan   | 20.000 bgks / bulan   | 50.000 bgks / bulan                     |
| Proses     | Diatas 50% menggunakan tenaga manusia   | Diatas 50% tenaga mesin   | Lebih 80% tenaga mesin                  |
| Produk     | Tersertifikasi kelayakan dan kehalalan  | Standar ISO   | Standar ISO                             |
| Manajemen  | Transisi ke arah penerapan TQM  | Penerapan TQM   | Penerapan TQM                           |
| Pemasaran  | Ditangani sendiri   | Menggunakan jasa pihak ketiga   | Eksportir                               |
| SDM        | Penambahan jumlah tenaga kerja disertai pembagian kerja yg jelas                  | Pelatihan dan keterampilan  | SDM handal                              |
| Finansial  | Dari kombinasi modal sendiri dan bantuan kelembagaan menuju kredit bank           | Kredit bank   | Kredit bank                             |

Sumber: Mopangga, 2016:11

Tahun 2017 diharapkan menghasilkan data riil pelaku UMKM stik jagung ikan yang tersebar di kabupaten/kota di Provinsi Gorontalo serta *cetak biru* metode manajemen usaha produksi dan pemasaran stik jagung ikan menuju produk unggulan ekspor. Output tahun tersebut digunakan sebagai input untuk penelitian tahun 2018. Diskusi kelompok terfokus atau FGD melibatkan para pihak yang berkepentingan dengan pengembangan UMKM berbasis komoditas lokal. Diseminasi hasil riset untuk memperoleh tanggapan, koreksi

dan masukan pemerintah/pengambil kebijakan, kalangan pengusaha, LSM pemerhati dan penggiat pangan lokal, tenaga ahli dari perguruan tinggi dan perwakilan konsumen.



## **BAB IX LEGALISASI USAHA**

### **A. ARTI PENTING**

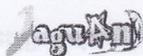
Legalitas usaha adalah kesahihan suatu usaha untuk dijalankan sesuai peraturan perundangan usaha yang berlaku. Tujuan : setiap peraturan perundang-undangan legalitas usaha adalah untuk menyakinkan pengguna produk /jasa bahwa hasil operasi usaha tersebut sesuai dengan standar tertentu

### **KRITERIA UMKM (UU. NO. 20 TH 2008)**

- Usaha mikro : a) Aset < 50 jt; b) omset tahunan < 300 jt
- Usaha kecil : a) 50 jt < Aset < 500 jt ; b) 300 jt < Omset < 2,5 milyar
- Usaha menengah : a) 500 jt < Aset < 10 M ; b) 2,5 M < Omset < 50 M

### **Bentuk-Bentuk Badan Usaha**

- PT- PERSEROAN TERBATAS
- CV- COMMANDITAIRE VENNOOTSCHAP
- FIRMA(FA)
- PERORANGAN



## PERSEROAN TERBATAS (PT) – UJ NO. 40 TH 2007

Perseroan terbatas (PT) adalah bentuk badan usaha yang merupakan persekutuan modal dan didirikan berdasarkan perjanjian

- Jenis jenis PT
  - a. Berdasarkan saham yang di keluarkan :
    - PT tertutup : saham dimiliki orang tertentu
    - PT terbuka : saham boleh dimiliki oleh semua orang
    - PT perseorangan : saham hanya dimiliki 1 orang
    - PT publik : saham diperdagangkan di BEI
  - b. Berdasarkan aktivitasnya :
    - PT Domestik : beroperasi di indonesia
    - Pt Asing : kantor pusat ada di negara lain (pemilik juga orang asing) dan memiliki cabang di indonesia

### Syarat-Syarat Mendirikan PT

- a. sebelum beroperasi :
  - Fotocopy akte notaris
  - Fotocopy KTP para pemegang saham
  - Fotocopy KTP direktur dan komisaris
  - Fotocopy KK direktur
  - Pasfoto direktur utama berwarna ukuran 3 x 4 sebanyak 4 lembar
  - Surat pengantar RT/RW untuk mengurus izin domisili
  - Izin domisili/SITU
- b. Saat akan beroperasi :
  - NPWP
  - SIUP
  - TDP
  - Pengesahan oleh menteri kehakiman dan HAM

## B. COMMAND

### Pasal 19

- CV
- bertanggung
- beberapa or
- o Sekutu
- penguru
- o Sekutu
- bekerja

### Syarat-Sya

- a. Sebelu
  - Nam
  - Pen
  - Con
  - mas
  - men
- b. Saat a
  - Per
  - ber
  - Kla
  - sek

## C. FIRMA

- Fir
- menjalank
- perdata k
- a. Menj
- b. Tang
- c. Meng

## **B. COMMANDITAIRE VENNOOTSCHAP (CV) KUHD**

### **Pasal 19 s.d 21**

CV didirikan oleh seorang atau beberapa orang yang bertanggung jawab untuk keseleruhan CV dengan satu atau beberapa orang pelepas modal. Persekutuan yang dimaksud adalah :

- o Sekutu kerja/sekutu komplementer : sekutu yang menjadi pengurus persekutuan
- o Sekutu tidak kerja/sekutu komanditer : sekutu yang tidak ikut bekerja

### **Syarat-Syarat mendirikan CV :**

- a. Sebelum beroperasi :
  - Nama dan alamat serta pekerjaan sendiri
  - Penetapan nama dan logo CV
  - Company profile menjelaskan tentang sifat persekutuan pada masa yang akan datang, apakah bersifat khusus untuk menjalankan sebuah cabang secara khusus
- b. Saat akan beroperasi :
  - Pendaftaran akte pendirian di pengadilan negeri dan bertanggal
  - Klausul2 lain penting berkaitan dengan pihak ketiga terhadap sekutu sendiri

## **C. FIRMA (FA) – KUHD pasal 15 s.d. 35**

Firma adalah setiap persekutuan perdata khusus yang menjalankan perusahaan dengan nama bersama. Persekutuan perdata khusus seperti :

- a. Menjalankan perusahaan secara bersama
- b. Tanggungjawab sekutu secara pribadi secara keseluruhan
- c. Menggunakan nama bersama

### **Syarat – Syarat Mendirikan Firma :**

1. Memiliki akte pendirian yang otentik, akan tetapi ketiadaan akte yang demikian tidak dapat di kemukakan untuk merugikan pihak ketiga
2. Para persero FA di haruskan mendaftarkan akte tersebut dalam regeister yang disediakan di kepaniteraan pengadilan negeri setempat
3. Para persero diwajibkan pula untuk menyelenggarakan pengumuman dan dimuat dalam tambahan berita negara

### **D. PERSYARATAN PENGURUSAN PERIZINAN**

#### **Surat Keterangan Domisili :**

- Menjelaskan tentang domisili seseorang atau alamat badan usaha
- Persyaratan :
  - a) Fotocopy KTP dari yang bersangkutan
  - b) Fotocopy KK yang bersangkutan
  - c) Surat pengantar dari RT/RW

#### **Surat Izin Tempat Usaha (SITU) :**

- Menjelaskan tentang izin tempat usaha (ini bisa bergantian fungsinya dengan surat keterangan domisili)
- Persyaratan :
  - Fotocopy akte pendirian badan usaha yang sudah dilegalisir
  - Fotocopy pengurus dan pendiri badan usaha
  - Fotocopy IMB
  - Fotocopy bukti kepemilikan tanah
  - Denah atau peta tempat usaha yang disahkan pejabat kelurahan

### **Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) :**

- Nomor yang diberikan kepada setiap wajib pajak (WP) untuk memenuhi hak dan kewajibannya dalam perpajakan
- Persyaratan :
  - Fotocopy KTP/SIM/paspor dari direktur
  - Fotocopy KK dari direktur
  - Fotocopy akte pendirian badan usaha yang telah disahkan pengadilan
  - Fotocopy surat izin usaha atau SITU dari instansi yang berwenang
  - Fotocopy PBB

### **Izin Prinsip :**

- Izin yang diberikan oleh pemerintah daerah kepada pengusaha
- Persyaratan :
  - Menyerahkan proposal rencana lengkap usaha
  - Mengisi beberapa formulir yang telah disiapkan
  - Menyerahkan denah lokasi usaha
  - Fotocopy KTP pengurus perusahaan
  - Fotocopy NPWP
  - Fotocopy kepemilikan tanah
  - Daftar tenaga kerja

### **Hinder Ordonnantie (HO)/Izin Gangguan :**

- HO adalah pernyataan bahwa perusahaan yang didirikan tidak mengganggu lingkungan sekitarnya
- Persyaratan :
  - Fotocopy KTP pengurus persh atau direktur
  - Gambar denah lokasi tempat usaha
  - Fotocopy NPWP perusahaan

- Akte pendirian yang telah disahkan menteri kehakiman dan HAM bagi yang berbadan hukum
- Fotocopy IMB
- Rencana lay out bangunan industri yang di tandatangani pimpinan/direktur
- Surat persetujuan tetangga
- Bagan alir proses produksi dan pengolahan limbah
- Pasphoto (3 x 4) pemohon

**Tanda Daftar Industri (TDI) :**

1. Industri dengan nilai investasi Rp 5 jt sd 200 jt tidak termasuk tanah dan bangunan
2. Persyaratan :
  - Fotocopy KTP pengurus perusahaan / direktur
  - Fotocopy NPWP
  - Akte pendirian yang di sahkan Manteri Kehakiman dan HAM
  - Fotocopy IMB
  - Izin gangguan / HO
  - Pasphoto (3x4) sebanyak 2 lembar

**Tanda Daftar Perusahaan (TDP) :**

1. TDP untuk mencatat secara benar identitas perusahaan dan sumber informasi untuk pihak- pihak yang berkepentingan
2. Persyaratan :
  - Formulir isian lengkap
  - Fotocopy KTP, Paspur pengurus perusahaan
  - Fotocopy SIUP
  - Fotocopy NPWP
  - Surat keterangan Domisili / SITU
  - Neraca perusahaan

### **PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) :**

Izin yang dikeluarkan untuk usaha pangan skala industri rumah tangga (a. sertifikat PIRT dan b. Sertifikat penyuluhan)

- Persyaratan :
  - Fotocopy KTP pemilik
  - Pasphoto 3 x 4 = 2 lembar
  - Keterangan domisili
  - Surat keterangan puskesmas/dokter
  - Denah lokasi/bangunan
- Prosedur :
  - Pengajuan
  - Penyuluhan kesehatan sistem produksi
  - Survei oleh dinas kesehatan

### **E. MINUMAN/MAKANAN DALAM NEGERI :**

- Perijinan yang dikeluarkan oleh BPPOM untuk produk makanan/minuman dalam negeri (termasuk produk susu dan olahan susu)
- Persyaratan :
  - Fotocopy SIUP
  - Hasil uji laboratorium
  - Label berwarna
  - Sampel (minuman 3 buah)
  - Label produk harus dicantumkan : kode produksi, baik digunakan sebelum, BPOM RI ML, berat bersih

### **Izin Halal MUI :**

- Berupa sertifikat yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan produk usaha perusahaan kita halal (baik bahan, proses dan produk akhir)
- Persyaratan :
  - Fotocopy KTP pemilik
  - Pasphoto 3 x 4 2 lembar
  - Fotocopy ijasah
- Prosedur :
  - Pengajuan
  - Survei oleh tim verivikator MUI
  - Sertifikat diterbitkan oleh tim fatwa MUI

### **Barcode :**

- Adalah grafik berbentuk batang (bar) yang digunakan untuk mewakili sistim kode nomor pengidentifikasian
- Barcode diaplikasikan pada sistim nomor untuk pengidentifikasian barang/jasa perdagangan GTIN (global trade item number), GLN(global location number), SSCC(serial shipping container code), buku(ISBN),terbitan berkala(ISSN), dan lain – lain sistim kode nomor identifikasi termasuk yang dibuat untuk keperluan internal.

### **Keterangan :**

- GTIN (global trade item number),
- GLN (global location number,
- SSCC(serial shipping container code),
- Buku (ISBN),
- Terbitan berkala (ISSN)



**Kode Negara**      **Kode Perusahaan**      **Kode Produk**  
**Cek Digit**

Gambar. 9.1 Barcode:

**Persyaratan :**

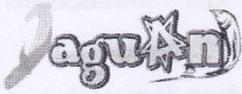
- A. Mengisi formulir pendaftaran
- B. Menandatangani perjanjian pemakaian nomor dan keanggotaan oleh direktur di atas materai Rp. 6000
- C. Melengkapi dokumen – dokumen yang di perlukan\* sebagai berikut :
  - Fotokopy SIUP
  - Fotocopy NPWP(perusahaan/perorangan)
  - Fotocopy surat keterangan pengusaha kena pajak (PKP)
  - Fotocopy akte pendirian perusahaan (dari notaris)
  - Fotokopy TDP(tanda daftar perusahaan)
  - Fotocopy KTP pimpinan perusahaan/penanggungjawab
  - Surat kuasa bagi orang yang diberi tanggungjawab untuk mengurus pendaftaran barcode
  - Dan untuk produk makanan, minuman, kosmetik dan obat – obatan harus melampirkan izin depkes(SP/MD)

*Keterangan:* Apabila ada surat – surat yang masih dalam proses, mohon dibuatkan surat keterangan dalam kop surat perusahaan bahwa izin – izin tersebut masih dalam proses pengurusan, agar proses pendaftaran dapat terus berjalan.

#### **F. PERSYARATAN KHUSUS UKM :**

Formulir pendaftaran (dikirim ke pemohon setelah mengisi formulir di pengurusan barcode.com, atau mengirimkan data- data perusahaan melalui e-mail : [pengurusanbarcode@gmail.com](mailto:pengurusanbarcode@gmail.com))

- Fotocopy IUI(izin usaha industri)
- Fotocopy NPWP(perusahaan) bila ada/surat izin usaha non PKP
- Fotocopy TDP (tanda daftar perusahaan)
- Fotocopy KTP
- Surat kuasa
- Dan untuk produk makanan, minuman dan obat – obatan harus melampirkan izin depkes (P-IRT atau SP)
- Apabila ad surat – surat yang masih dalam proses, mohondibuatkan surat keterangan dalam kop surat perusahaan bahwa izin - izin tersebut masih dalam proses pengurusan, agar proses pendaftaran dapat terus berjalan.



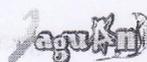
## BAB X MENCARI DAN MEMBUKA PINTU PROSPEK

Setiap pintu yang tertutup memiliki sebuah kunci untuk membukanya, dan barang siapa yang memegang kunci untuk membuka pintu hati orang dapat masuk melalui pintu itu. (Patrick Ellis)

Telah umum diketahui bahwa prospek adalah seorang atau sekelompok orang (organisasi) yang memiliki kebutuhan dan keinginan, mempunyai otoritas untuk membuat keputusan dan sekaligus memiliki kemampuan secara financial. Calon prospek (*lead*) dapat dicari, antara lain melalui:

- Referensi pelanggan yang puas.
- Halaman-halaman kuning (*yellow pages*).
- Daftar anggota organisasi sosial dan profesi.
- Iklan di media massa, cetak, dan elektronik.
- Sosial Media (*Facebook, Twiter*)
- Daftar alumni lembaga pendidikan.
- Keluarga dekat.

### Membuka Pintu Prospek



Tidak semua prospek mudah ditemui, tetapi pasti ada suatu cara untuk membuatnya bersedia menerima Anda dengan gembira.

Pengalaman wiraniaga yang berhasil menunjukkan sedikitnya ada lima kunci membuka pintu prospek, yakni: *pertama*, kirimlah surat. Surat tersebut sebaiknya ditandatangani oleh pimpinan yang dikenal oleh prospek Anda. Umumnya prospek lebih bersedia membuka pintunya untuk seseorang yang dikenalnya secara pribadi. Tujuan pengiriman surat ini adalah membangkitkan rasa ingin tahu atau menarik perhatiannya dan memberitahu manfaat baginya tanpa harus terlalu detail membuka tabir informasi.

*Kedua*: janjikanlah semacam survei dari masalah, kebutuhan, keinginan yang dimiliki prospek, yang mungkin dapat disesuaikan/dipenuhi dengan menggunakan usul, jasa atau produk anda. Sedapat mungkin pelaksanaan survei tersebut tak menimbulkan biaya yang harus ditanggung prospek.

*Ketiga*: Datanglah dalam rangka minta petunjuk. Hal ini, jika didasari oleh ketulusan hati, merupakan bentuk "*compliment*" yang dapat menyentuh hati prospek dan membuatnya bersedia meluangkan sedikit waktu untuk kunjungan kita. Tidak penting petunjuk apa yang akan kita minta, yang penting adalah meminta hal itu dengan hati yang tulus. Bagai seorang murid yang datang pada gurunya, begitulah gambaran sikap kita saat meminta waktu dan mengunjungi prospek.

*Keempat*: Tawarkan manfaat berdasarkan fakta-fakta. Apakah produk, jasa, usul kita berkaitan dengan cara-cara kreatif -inovatif dalam meningkatkan produk, mengurangi biaya (efisiensi), menghemat pajak, meminimalisasi kecelakaan, meningkatkan prestasi, memanfaatkan loyalitas karyawan, mengurangi risiko, membah profit, atau apa?

*Keenam*: Bagi pengguna media *On line* dengan memanfaatkan media promosi seperti *facebook*, *twiter*, *WhatsApp*

sangat membantu untuk menemukan dan menawarkan bisnis kita. Dengan penggunaan media ini tentunya dapat mengirimkan informasi penting sebanyak – banyaknya tentang bisnis kita kepada calon konsumen dengan tetap memperhatikan etika yang baik dalam berbisnis.

### **Bagaimana Cara Menarik Minat Konsumen?**

Masalah yang pertama-tama dihadapi oleh para penjual ialah bagaimana dapat menarik perhatian atau minat calon pembeli ataupun konsumen?. Dalam beberapa buku *marketing* banyak diulas teori – teori tentang bagaimana menarik konsumen melalui penerapan strategi *marketing*. Diantaranya adalah strategi *marketing mix*. Untuk menjalankan strategi ini maka harus memperhatikan apa yang dinamakan konsep 4 P (*Producty, Price, Place dan Promotion*) guna menarik minat konsumen. Berikut akan diulas strategi 4P tersebut:

#### **1. Product (Produk)**

Produk mencakup mutu produk, kemasan, merek, layanan yang diberikan, rasa (makanan/ Minuman), kesegaran, dan lain-lain, disesuaikan dengan sasaran konsumen. Perhatikan bagaimana persaingan yang terjadi dalam bisnis panganan (aneka stik). Penjual produk yang sama (stik) sangat banyak, tetapi tetap saja pedagang/ produsen tersebut bertumbuh. Sehingga kuncinya adalah melakukan diferensiasi produk yakni membuat produk kita berbeda dari yg lain.

#### **2. Price (Harga)**

Kita juga harus menyesuaikan harga jual produk kita sesuai dengan jenis konsumen. Apakah untuk konsumen yang berpenghasilan tinggi, sedang atau rendah. Harmonisasikan antara produk, harga dengan jenis konsumen yang hendak kita tuju.

#### **3. Place (Tempat Menjual Produk)**

Lokasi adalah salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam membuka usaha ataupun menjual produk usaha. Ada usaha

yang didirikan disuatu lokasi, tapi tidak cocok ditempat lain. Oleh karena itu, lakukan survei untuk mencari tempat yang sesuai bagi usaha kita. Amati kondisi pasar, potensi permintaan stik Jagung dan jangan lupa cari juga informasi tentang bagaimana prospek perkembangan daerah tersebut. Sebagai contoh bahwa stik jagung akan dijadikan ole-ole jenis panganan khas Gorontalo, maka ini sangat cocok dimana potensi daerah Gorontalo memang diarahkan pada pengembangan Daerah Tujuan Wisata (DTW).

Disamping itu bila memungkinkan, kita dapat memulai usaha dari rumah sendiri. Ini penghematan karena dengan memulai usaha dari rumah kita mengurangi biaya untuk menyewa atau membeli tempat usaha

#### 4. **Promotion (Promosi)**

Promosi tidak harus mahal. Menyebar brosur, SMS, *Face book* dan *Tweter* serta mengikuti event pameran adalah jenis promosi yang cukup murah. Jangan melakukan promosi secara asal-asalan. Promosi harus dilakukan dengan perencanaan yang baik dan kreatif.



**Gambar 1:** Contoh Tampilan promosi produk stick jagung di media sosial (*Facebook*)

## Pentingnya Dan Syarat Pemilihan Merek

Hal penting dan juga dipersyaratkan bagi calon pelaku usaha adalah pemilihan cap/ merek. Cap/ Merek untuk suatu jenis barang atau produk olahan stik jagung perlu sekali dipikirkan karena jelas bahwa bagaimanapun kecilnya merek atau brand yang telah kita pilih mempunyai pengaruh terhadap kelancaran penjualan. Merek sendiri merupakan sebuah nama, simbol dalam bentuk gambar maupun kata-kata dengan tujuan memberikan perbedaan dengan produk maupun perusahaan pesaing

Pemberian merek terhadap hasil produksi ini harus hati-hari jangan menyimpang dari keadaan dan kualitas serta kemampuan perusahaan. Nama merek harus disesuaikan dengan keadaan produk atau perusahaan yang bersangkutan sehingga dapat menimbulkan kesan positif bagi konsumen.

Syarat merek sendiri dalam bukunya Buchari Alma (2009:150) yang berjudul *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* disebutkan bahwa syarat-syarat menetapkan merek perlu mempertimbangkan hal di bawah ini:

### 1. Mudah diingat



Menentukan merek sebaiknya yang mudah diingat, baik kata-kata maupun logo/gambar atau kombinasi keduanya, sebab dengan demikian langganan atau calon pembeli mudah mengingatnya.

**Gambar 2.** Contoh: kalimat yang digunakan adalah Stik "Jaguan" yang berarti Stik Jagung Ikan.

## **2. Menimbulkan kesan positif**

Dalam memberikan merek harus dapat diusahakan yang dapat menimbulkan kesan positif terhadap barang atau jasa yang dihasilkan jangan kesan negatif.

## **3. Tepat untuk promosi.**

Selain untuk kedua syarat diatas, maka untuk merek tersebut, sebaiknya dipilihkan bilamana dipakai untuk promosi sangat baik. Merek-merek yang mudah diingat dan dapat menimbulkan kesan positif sudah barang tentu akan baik bilamana dipakai untuk promosi. Akan tetapi untuk promosi tersebut nama yang indah dan menarik serta gambar yang bagus juga memegang peranan penting. Jadi disini untuk promosi selain mudah diingat dan menimbulkan kesan positif usahakan merek tersebut enak untuk diucapkan dan baik untuk dipandang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2006. Kewirausahaan. ALFABETA. Bandung
- ....., 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. ALFABETA. Bandung
- BPS\_Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo. 2011. Gorontalo Dalam Angka 2011.
- Cravens, David W. 1997. *Strategic Marketing*. The Mc. Graw Hill Coy. Inc. Chicago
- Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Gorontalo. 2012. *Data Tetap (DATAP)*. Gorontalo
- Dinas Kelautan dan Perikanan. 2012. *Evaluasi Akhir Tahun Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Gorontalo*
- Harefa, Andrias. 2001. Seri Ketrampilan Praktis: *Menjual Tanpa Hambatan*. Andi Yogyakarta.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. 2012. Modul Bimbingan Teknis UKM dengan Inkubator: Pengembangan Kelembagaan Dan Manajemen Bisnis UKM.
- Kiyai, Sefya. 2012. Bisnis Plan Stik Jagung Ikan Poliyama 'S. (Pemenang Seleksi Bisnis Plan pada Diklat Industri Regional VII Makassar sesuai dengan Keputusan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 537/MIND/ Kep/10/2012 tentang Penetapan Pemenang Seleksi Bisnis Plan Terbaik Tenaga Penyuluh Lapangan
- Pramiyanti, Alila. 2008. Studi Kelayakan Bisnis Untuk UKM. MedPress (anggota IKAPI) Yogyakarta.
- Sabardi, Agus. 2008. Manajemen Pengantar. Edisi Revisi. STIM YKPN. Yogyakarta.
- Sule, Ernie Tisnawati. 2005. Pengantar Manajemen. Cetakan Pertama. Prenada Media. Jakarta.
- Subanar, Harimurti. 2001. *Manajemen Usaha Kecil*. Cetakan keempat Yogyakarta. BPFE-UGM
- Stoner, James A.F: Freeman, R Edward & Gelbert, Jr Daniel R. 1995. Management. Edisi keenam USA. INC.

- Tjiptono, Fandy. Gregorius Chandra dan Dedi Adriana. 2008. Pemasaran Strategik. Andi. Yogyakarta.
- Umar. Husein. 2007 . Studi Kelayakan Bisnis. Edisi 3. PT. SUN. Jakarta
- Casson, Herbert. 1992. Sukses Menjual. Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara. Jakarta.
- Industri Kecil dan Menengah (TPL-IKM) Program Beasiswa Angkatan 2007 tanggal 19 Oktober 2012)
- Niode, Idris dan Herwin Mopangga. 2014. IbM Penguatan Produksi Dan Manajemen Usaha Stik Jagung Ikan Gorontalo. Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis *OIKOS – NOMOS*. Volume 7 Nomor 3 September 2014. LP2EB FEB – UNG.
- Niode, Idris dan Herwin Mopangga. 2016. IbM Penigkatan Produksi Dan Perluasan Pasa Stik Jagung Ikan Gorontalo. Laporan Hibah IbM Tahun 2016
- Niode, Yanto Niode. 2012. Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*) Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo. Jurnal Binis dan Manajemen. Volume 4. No.2 Februari 2012. Fakultas Ekonomi UNESA.
- Mopangga, Herwin. 2016. Ekonomi Technopreneurship. Deepublish. Yogyakarta.



Idris Yanto Niode. Lahir di Gorontalo 26 Oktober 1978. Anak Kedua dari empat bersaudara dari Bapak Hi. Salim Niode dan Hj. Sariyanti Uno. Menikah dengan Anita Hubulo, S.Pd. Dikarunia dua orang anak Nailah Qaniah Niode dan Kholil Dzaki Niode.

Pendidikan: Program Magister Manajemen (M.M) Jurusan Manajemen Konsentrasi Strategik Universitas Brawijaya Malang Tahun 2009, Program Sarjana (S.Pd) Jurusan Pendidikan Ekonomi Tata Niaga Fakultas Ilmu Sosial IKIP Negeri Gorontalo, Lulus tahun 2004.

Pekerjaan dan Organisasi: Dosen tetap Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. Disamping itu penulis aktif memberikan pelatihan bagi pelaku usaha UMKM baik tingkat Kabupaten/ Kota maupun Provinsi. Ketua Divisi Bursa Kerja Online & Career Expo (CDC) Universitas Negeri Gorontalo (2012 – 2014), Kepala Pusat Inkubator Bisnis dan UMKM Lembaga Pengabdian Masyarakat - UNG (2015 – 2016), Wakil Direktur Promosi dan Pemasaran Pariwisata Daerah Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Provinsi Gorontalo 2013 – sekarang).

**Penghargaan:** Mahasiswa lulusan terbaik Universitas Brawijaya Malang (2009), Juara 3 Tingkat Provinsi Gorontalo Sayembara Nasional Penulisan Otonomi Daerah Tingkat S2, S3 dan Dosen Asosiasi Pemerintah Kabupaten Seluruh Indonesia (APKASI) tahun 2013.

**Karya Tulis:** Selain kegiatan mengajar, penelitian dan pengabdian masyarakat, penulis telah mempublikasikan berbagai tulisan baik buku dan jurnal. Adapun buku yang telah dihasilkan adalah **Entrepreneurial Government; Konsep & Riset**. Disamping itu sejumlah artikel yang diterbitkan di jurnal Nasional Terakreditasi dan Non-Akreditasi diantaranya Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) FEB – UNIBRAW, Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika – UNMER Malang, Media Informasi & Komunikasi Ilmiah Mahasiswa - Masyarakat (Formas) Sulawesi Utara, Jurnal BISMA FEB-UNESA, Jurnal Oikos-Nomos FEB – UNG. Jurnal Pengabdian Masyarakat UNIMED.



Herwin Mopangga, SE. M.Si., lahir di Gorontalo, 24 Maret 1978. Pendidikan S1 di Universitas Sam Ratulangi Manado Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan tahun 2002, S2 di Institut Pertanian Bogor Jurusan Ilmu Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Perdesaan.

**Pengalaman Penelitian:** (2016) Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo [TahunKedua], (2015) Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo [Tahun Pertama], (2015) Strategi Keunggulan Bersaing

Industri Kerajinan Karawo Kota Gorontalo, (2014) Model Valuasi Ekonomi Danau Limboto Untuk Pengelolaan Sumber Daya Alam Berkelanjutan Di Provinsi Gorontalo.

**Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal:** Pengembangan Modul Pembelajaran Ilmu Ekonomi Berbasis Technopreneurship di Universitas Negeri Gorontalo (Jurnal Pendidikan Ekonomi FKIP Unsri Palembang), Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo (Trikonomika FE-Unpas Bandung).

**ideas**  
PUBLISHING

Jl. Gelatik No.24 Kota Gorontalo  
e-mail: infoideaspublishing@gmail.com  
Telp./faks. 0435-830476

Seri Manajemen

ISBN 978-602-0889-72-6



9

786020

889726