

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 memberikan dampak buruk pada keberlangsungan kehidupan ekonomi Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM. Di Indonesia UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar diantaranya yaitu perluasan kesempatan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif. disamping itu usaha kecil, mikro dan menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang memiliki peran penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) suatu negara khususnya di Indonesia dengan menghadapi Era Industri 4.0 (Rosita, 2020). Data penelitian Soetjipto (2020) menunjukkan bahwa 75% mengalami dampak penurunan penjualan, 51% pelaku UMKM hanya mampu bertahan 1-3 bulan, 67% menginginkan adanya dana darurat, dan hanya 13% pelaku UMKM yakin menghadapi situasi pandemi.

UD. Bunda Foods merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mengalami penurunan omset. UD. Bunda foods bergerak dibidang pengolahan dan pemasaran hasil perikanan khas Sidoarjo yaitu bandeng presto. Presto merupakan salah satu teknologi pengolahan pangan yang memanfaatkan suhu dan tekanan tinggi. Tujuan utama pengolahan presto pada ikan bandeng adalah untuk melunakkan durinya yang banyak dan kecil – kecil. Proses pengolahan presto dengan suhu dan tekanan tinggi akan menghasilkan produk dengan tulang dan duri yang lunak sehingga produk dapat dikonsumsi tanpa khawatir terhadap gangguan durinya. Proses pengolahan juga dilakukan untuk mengawetkan ikan (Darmansyah et al., 2016). Pelaku UMKM turut memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan untuk bertahan dengan produk awal dengan pasar digital atau beralih pada produk lain yang dibutuhkan pada situasi pandemi Covid-19. Dalam proses pengembangan usaha UD. Bunda Foods perlu dilakukan Studi Kelayakan Bisnis agar produk dapat bersaing dalam menghadapi situasi pandemi Covid-19.

Studi kelayakan juga sering disebut dengan *feasibility study* yang merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan, apakah menerima suatu gagasan usaha atau proyek yang direncanakan atau

menolaknyanya. Pengertian layak dalam penilaian sebagai studi kelayakan maksudnya adalah kemungkinan dari gagasan usaha atau proyek yang akan dilaksanakan memberikan manfaat (*benefit*), baik dalam arti *financial benefit* maupun dalam arti *social benefit*. Layaknya suatu gagasan usaha atau proyek dalam arti *social benefit*, tidak selalu menggambarkan layak dalam arti *financial benefit* dan begitu pula sebaliknya, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan. Dengan adanya studi kelayakan bisnis, setidaknya ada pedoman dan arahan usaha atau proyek yang akan dijalankan oleh calon pengusaha (Aldy Rochmat, 2017).

Oleh karena itu, melalui kegiatan Praktik Kerja Lapangan dilakukan untuk mengetahui proses produksi produk bandeng presto yang ada di UD. Bunda Foods dan studi kelayakan bisnis pada produk makanan inovasi yang kami usulkan sebagai upaya pengembangan usaha yang dapat membantu berlangsungnya usaha selama adanya pandemi Covid 19 yang sangat berdampak pada kondisi perekonomian dan penjualan produk di pasaran. Dengan mewujudkan ide diversifikasi produk diharapkan bisa menjadi solusi peluang usaha dan membantu dalam kelangsungan perkembangan usaha olahan ikan yang selama ini telah dijalankan oleh UD. Bunda Foods.

1.2 Tujuan

Tujuan yang diharapkan dari Praktik Kerja Lapangan di UD. Bunda Foods, adalah:

- a. Mengetahui alur proses pengolahan bandeng presto di UD. Bunda Foods dan membandingkan dengan literatur atau ilmu yang telah didapatkan di bangku kuliah.
- b. Mengetahui ide bisnis produk yang tepat dalam pengembangan usaha UD. Bunda Foods dan menilai kelayakan dari ide bisnis yang ditawarkan melalui Studi Kelayakan Bisnis.

1.3 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari Praktik Kerja Lapangan di UD. Bunda Foods adalah:

- a. Bagi UMKM
 - Hasil penelitian yang dilakukan selama kerja praktik dapat menjadi bahan masukan dan solusi bagi UD. Bunda Foods untuk menentukan

kebijaksanaan dan pertimbangan keputusan di masa yang akan datang.

- UMKM mendapatkan wawasan dan referensi terkait pengembangan industri pangan terkini beserta teknologi yang digunakan yang mana mampu mendukung keberlanjutan usaha serta dapat menjalin relasi atau kerjasama antara pihak perguruan tinggi dengan pihak UMKM melalui perantara mahasiswa.
- b. Bagi Perguruan Tinggi
- Mendekatkan perguruan tinggi dengan dunia industri pangan mitra lokal sehingga terjalin kemitraan dan kerjasama yang baik antar perguruan tinggi dan pihak UD. Bunda Foods.
 - Menjalinkan kerja sama antara Jurusan Teknologi Pangan, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dengan UD. Bunda Foods dalam pelatihan kerja lapang atau program magang.
- c. Bagi mahasiswa
- Dapat menambah ilmu secara praktik mengenai pengolahan produksi bandeng presto yang baik dan benar pada UD. Bunda Foods.
 - Dapat melatih kemampuan mahasiswa dalam menganalisa dan melakukan observasi terhadap kegiatan yang berlangsung di UD. Bunda Foods berdasarkan disiplin ilmu yang telah dipelajari.
 - Mampu menganalisis ide bisnis produk dan menentukan nilai kelayakan ide bisnis melalui Studi Kelayakan Bisnis untuk pengembangan usaha UD. Bunda Foods.
 - Mampu mengaplikasikan Studi Kelayakan Bisnis di UMKM, serta membantu dalam pengembangan usaha UD. Bunda Foods melalui diversifikasi produk berbahan dasar ikan bandeng.

1.4 Profil UMKM UD. Bunda Foods

1.4.1 Sejarah UMKM



Gambar 1. 1 Logo UD. Bunda Foods

Pemilik usaha UD. Bunda Foods bernama Ibu Lita Eka Yufidah beliau merupakan alumni Universitas Brawijaya bidang Pertanian yang pada awalnya berprofesi sebagai pekerja kontraktor perusahaan swasta di Papua, namun karena ada satu lain hal membuat beliau harus meninggalkan pekerjaan tersebut, dan menjadi ibu rumah tangga biasa. Pada tahun 2013 beliau memutuskan membuat usaha untuk mengisi sela kegiatan dan sumber pendapatan tambahan yaitu dengan menjual makanan olahan ikan yaitu pepes ikan mujair yang dipasarkan di pondok pesantren dekat tempat tinggal dan di daerah sekitar tempat sekolah. Modal awal untuk usaha sebesar Rp. 500.000,00 dengan 1 orang karyawan dalam proses produksi. Seiring berkembangnya usaha beliau memutuskan untuk menambah 2 karyawan dalam proses produksi agar permintaan pasar dapat terpenuhi. Untuk rumah produksinya berada di Desa Penatarsewu, Tanggulangin, Sidoarjo, Jawa Timur yang mana merupakan tempat tinggal pribadi. Beliau dalam pemilihan bahan baku cenderung memanfaatkan ikan lokal seperti ikan mujair karena ternyata mengandung nilai nutrisi tinggi dan ikan mujair kurang dimanfaatkan sebagai produk olahan makanan.

Seiring berjalannya waktu usaha terus berkembang hingga beliau memiliki total karyawan sebanyak 20 orang. Namun, dalam perjalanan bisnis usahanya tidak selalu mulus, banyak rintangan dan permasalahan hadir membuat usaha beliau tidak stabil. Akan tetapi dengan adanya *support* keluarga membuat beliau bangkit dan tidak patah semangat dalam mengembangkan bisnis tersebut. Sehingga di tahun 2016 beliau memiliki banyaknya variasi jenis produk seperti bandeng presto, kupang krispi, terasi instan, petis udang dan dilengkapi alat-alat produksi untuk

menunjang produktifitas dan meningkatkan kualitas produk. Selain itu, pada tahun 2016 juga beliau diundang oleh stasiun televisi nasional TVRI yang acaranya di sponsori oleh Disperindag dan berkesempatan menjadi salah satu narasumber karena etos kerja dan keuletannya dalam berwirausaha dan saat itu juga beliau mendapat saran untuk menggunakan nama “Bitha” sebagai nama merek dagangnyapada produk olahan ikannya tersebut.

Setelah dikenal masyarakat pemilik mulai mengajukan berbagai perizinan produk untuk menunjang kelancaran penjualan agar menembus berbagai pangsa pasar beberapa perizinan yang sudah diperoleh “Bitha” diantaranya seperti NPWP, SIUP, TDP, PIRT, HALAL MUI, serta NIB. Pada tahun 2017 “Bitha” sudah mulai masuk pangsa pasar *retail* di berbagai tempat seperti Indomaret, Transmart, bandara, serta toko oleh-oleh baik di Sidoarjo maupun di kota lain. Karena kepiawaian beliau dalam berwirausaha akhirnya beliau menjadi koordinator UMKM di desanya yang mana membantu pemasaran *ritel* UMKM desa tersebut. Setelah kerja keras dan ketekunan dalam berwirausaha di tahun 2018 omzet per bulan rata-rata 29-35 juta dengan produk yang paling *best seller* abon lele, kupang krispi, dan petis udang di Sidoarjo serta produk terasi instan yang paling laris didistribusikan di pulau Bali.

Di tahun 2019, pemilik memutuskan untuk mundur dari pasar *retail* karena dirasa kurang memberikan prospek lagi dari banyaknya masalah yang ditimbulkan. Sehingga dari tahun 2019 sampai sekarang pemilik memilih pemasaran dengan cara saling menitipkan produknya dengan sesama rekan maupun mitra UMKM di Sidoarjo. Sebuah usaha selalu memiliki impian dan tujuan yang ingin dicapai. Visi dan misi merupakan tolak ukur untuk mencapai kesuksesan dan kemajuan dari usaha tersebut, begitu pula UD. Bunda Foods yang memiliki Visi dan Misi sebagai berikut :

a. Visi

Terdepan dalam Jaminan Mutu, Keamanan dan Kualitas Produk

b. Misi

1. Menggunakan bahan baku yang aman dan bermutu sesuai dengan standar olahan ikan.
2. Menerapkan GMP dan SSOP serta HACCP secara konsisten.
3. Menggunakan Tenaga yg terlatih pengolahan perikanan.

4. Melengkapi dan memelihara fasilitas, sarana dan peralatan untuk olahan ikan.

Kemunculan pandemi *Covid-19* ini banyak mempengaruhi kehidupan sosial maupun ekonomi di Indonesia, UD. Bunda Foods juga salah satu usaha yang terkena dampak tersebut. Kapasitas produksi yang sebelumnya 7500 kg/bulan mengalami penurunan yang drastis hingga 70%. Oleh karena itu, terjadi pengurangan karyawan dan tersisa 4 orang karyawan dan banyak *stok* produk *best seller* yang tidak terjual sehingga, mengalami banyak kerugian. Namun beliau tidak putus asa dan berusaha mencari solusi agar usahanya tetap jalan yaitu dengan berinovasi dan mempelajari keinginan pasar saat ini. Solusi yang diputuskan yaitu membuat aneka macam makanan *catering* dan produk olahan ikan beku (*frozen*) yang kini mulai ramai digemari masyarakat sehingga, UD. Bunda Foods mampu bertahandalam menghadapi kondisi pandemi saat ini.

1.4.2 Lokasi Dan Tata Letak Perusahaan

1.4.2.1 Lokasi

Pemilihan lokasi usaha suatu perusahaan atau organisasi merupakan salah satu keputusan yang penting bagi perusahaan. Keputusan pemilihan lokasi usaha suatu perusahaan atau organisasi merupakan keputusan untuk jangka panjang perusahaan. Hal ini akan berdampak pada keberlangsungan perusahaan tersebut. Lokasi memiliki pengaruh yang besar pada keseluruhan risiko dan laba perusahaan (Heizer dan Render, 2015).

Pemilihan lokasi usaha yang tepat akan mengurangi kemungkinan resiko negatif yang akan dihadapi perusahaan. Pemilihan lokasi yang tepat juga akan berpengaruh terhadap biaya-biaya yang ditimbulkan akibat pemilihan lokasi tersebut. Pertimbangan pemilihan lokasi suatu usaha akan berbeda sesuai dengan bidang bisnis yang akan dijalankan. Perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur akan menerapkan strategi biaya minimal untuk meminimalkan biaya sehingga salah satu faktor pemilihan lokasi suatu usaha didasarkan pada kedekatan dengan supplier atau bahan baku.

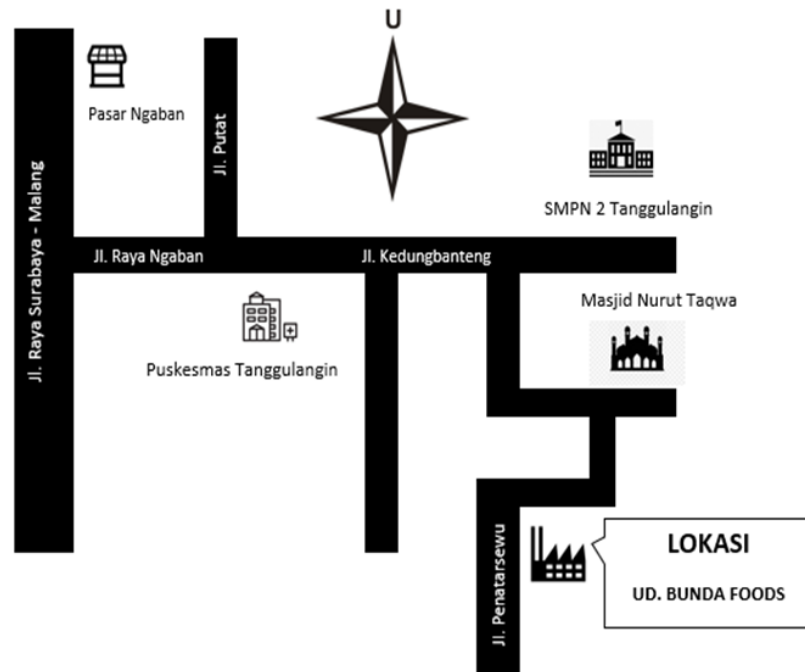
Faktor-faktor yang secara umum perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi perusahaan, adalah: lingkungan masyarakat,

kedekatan dengan pasar, ketersediaan tenaga kerja, kedekatan dengan bahan mentah dan supplier, fasilitas dan biaya transportasi, sumber daya alam lain. Selain faktor-faktor tersebut, berbagai faktor lainnya berikut ini perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi: harga tanah, dominasi masyarakat, peraturan-peraturan tenaga kerja (*labor laws*) dan relokasi, kedekatan dengan pabrik-pabrik dan gudang-gudang lain perusahaan maupun para pesaing, tingkat pajak, kebutuhan untuk ekspansi, cuaca atau iklim, keamanan, serta konsekuensi pelaksanaan peraturan tentang lingkungan hidup (Handoko, 2000).

UD. Bunda Foods terletak di Desa Penatarsewu, Tanggulangin, Sidoarjo, Jawa Timur. UD. Bunda Foods memiliki rumah produksi yang menjadi satu dengan tempat tinggal pemilik. Pemilihan letak lokasi pada Desa Penatarsewu didasari beberapa faktor, diantaranya :

- a. Lokasi UMKM dekat dengan sumber bahan baku sehingga dapat mengurangi biaya transportasi pengiriman bahan baku serta efisiensi dalam pengiriman ke tempat produksi
- b. Lokasi UMKM yang jauh dari jalan raya utama sehingga menghasilkan udara yang lebih bersih karena minimnya polusi yang ditimbulkan
- c. Lokasi UMKM yang dekat dengan permukiman masyarakat yang banyak menggeluti bidang perikanan dan memiliki sumber daya pendidikan manusia yang rendah sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar dan meminimalisir angka pengangguran.

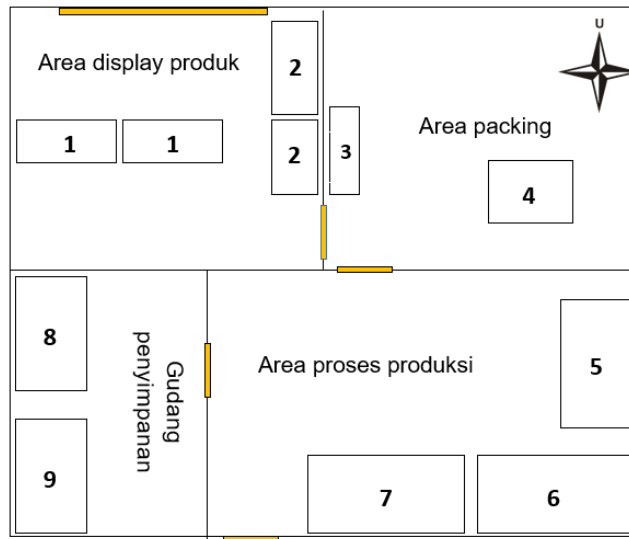
Lokasi UD. Bunda Foods dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut :



Gambar 1. 2 Denah Lokasi UD. Bunda Foods

1.4.2.2 Tata Letak Perusahaan


Tata letak pabrik (*plant layout*) atau tata letak fasilitas (*facilities layout*) adalah tata cara pengaturan fasilitas-fasilitas fisik pabrik guna menunjang kelancaran proses produksi (Wignjosoebroto, 2009). Tata letak atau pengaturan dari fasilitas produksi dan area kerja yang ada merupakan landasan utama dalam dunia industri. Pada umumnya tata letak pabrik yang terencana dengan baik bertujuan agar aliran proses serta pemindahan bahan yang ada di dalam suatu perusahaan berjalan dengan lancar. Kelancaran proses produksi dapat meminimumkan biaya dan mengoptimalkan keuntungan yang diperoleh. Berikut ini adalah tata letak atau layout UD. Bunda Foods pada Gambar 1.3.




Gambar 1. 3 Tata Letak Ruang UD. Bunda Foods

Keterangan :

1. Display produk
2. Freezer penyimpan produk
3. Meja pengemasan
4. Alat pengasapan
5. Meja penerimaan bahan baku dan pencucian
6. Meja sortir
7. Meja penyiangan
8. Rak penyimpan bahan tambahan
9. Rak penyimpan bahan tambahan

Pintu : 

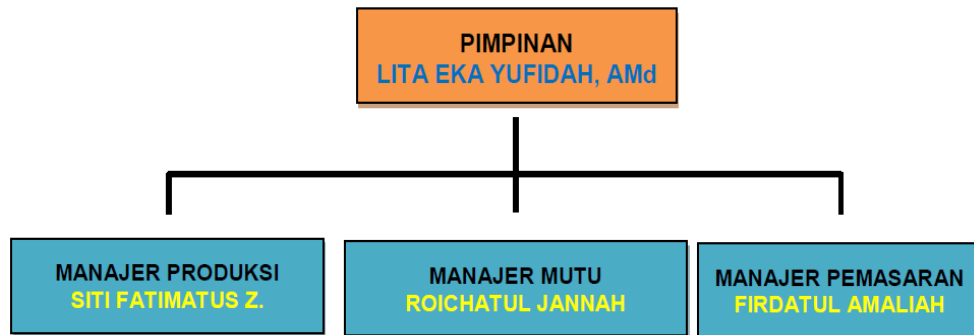
Loket : 

1.4.3 Ketenagakerjaan

Ketenagakerjaan berasal dari kata tenaga kerja, yang dalam Pasal 1 ayat 2 UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan disebutkan bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Dalam pelaksanaan usahanya UD. Bunda Foods memiliki tenaga kerja sebanyak 4 orang, yaitu :

1. Ibu Lita Eka Yufidah, Amd sebagai Pimpinan dari UD. Bunda Foods.
2. Ibu Siti Fatimatus sebagai Manajer Produksi dari UD. Bunda Foods.

3. Ibu Roichatul Jannah sebagai Manajer Mutu dari UD. Bunda Foods.
4. Firdatul Amaliah sebagai Manajer Pemasaran dari UD. Bunda Foods.



Gambar 1. 4 Struktur Organisasi UD. Bunda Foods

- Jam Kerja

Jam Kerja yang ditentukan pemilik usaha UD. Bunda Foods adalah mulai dari pukul 08.00-16.00
- Gaji

Sistem gaji karyawan di UD. Bunda Foods sebesar Rp. 75.000,- yang dibayarkan harian.
- Fasilitas Karyawan

Fasilitas yang diberikan pada karyawan UD. Bunda Foods adalah berupa gaji bonus jika mendapatkan pesanan dalam jumlah yang besar. Tujuan adanya fasilitas untuk karyawan adalah agar karyawan tetap bertahan bekerja dalam jangka waktu lama dan mensejahterakan karyawan yang bekerja di UD. Bunda Foods.

1.4.4 Kapasitas Produksi

Untuk kapasitas produksi di masa awal usaha berkisar 2-5 kg per hari, namun sering dengan perkembangan usaha dan semakin banyaknya reseller dan konsumen yang berlangganan untuk membeli produk bandeng presto akhirnya UD. Bunda Foods mampu memproduksi bandeng presto matang dan *frozen* dengan rata-rata 150 kg per harinya. Kemudian untuk total kapasitas produksi seluruh produk yang ada mencapai rata-rata 7500 kg per bulan.

1.4.5 Pengambilan Bahan Baku

Untuk pengambilan bahan baku yang baik menjadi salah satu hal yang akan menentukan mutu dan kualitas produk akhir yang diproduksi. Proses berjalannya usaha olahan ikan ini memerlukan

bahan baku yang segar, mudah didapatkan dan sesuai standar mutu usaha untuk menjalankan aktivitas produksi sehingga terbentuk produk akhir yang siap dipasarkan.

Bahan baku utama yang digunakan adalah ikan bandeng air tawar yang berasal dari *supplier* lokal yaitu bernama Bapak Ainul yang biasanya memasok ikan bandeng tanpa duri dan Bapak Aris sebagai pemasok bandeng segar yang sudah menjadi Supplier langganan UD. Bunda Foods selama ini dan sudah mengetahui jelas standar mutu ikan yang dibutuhkan.

1.4.6 Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan usaha yang ditujukan untuk mempromosikan, menentukan harga dan mendistribusikan produk yang telah diproduksi hingga tersampaikan kepada konsumen untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Pemasaran ini juga berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha yang dijalankan, karena melalui pemasaran dapat diketahui sejauh mana usaha ini dapat berkembang dan berjalan dengan kompetisi pasar yang ada.

Pemasaran yang dilakukan oleh UD. Bunda Foods awalnya hanya melalui penjualan langsung (*direct sales*) namun, dengan seiring berkembangnya relasi dengan konsumen akhirnya pemasaran dilakukan melalui media chat *Whatsapp*, media sosial *Facebook*, dan *reseller*.