

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bagi masyarakat Indonesia sangat umum untuk mengonsumsi makanan olahan dari kedelai, seperti tempe dan tahu sebagai salah satu sumber protein nabati. Hal ini disebabkan kedelai memiliki kandungan protein yang tinggi dan gizi yang lengkap. Kedelai dapat digunakan untuk berbagai macam keperluan, antara lain makanan manusia, makanan ternak, dan untuk bahan industri (Cahyadi, 2007). Permintaan dan nilai jual kedelai akan meningkat apabila hasil olahannya banyak dibutuhkan (Salim, 2013).

Kedelai merupakan bahan baku utama industri pengolahan pangan, biji kedelai mempunyai nilai guna yang cukup tinggi karena bisa dimanfaatkan sebagai bahan pangan seperti tahu, tempe, kecap, tauco dan susu sari kedelai (Rukmana dan Yuniarsih, 2005). Pengolahan kedelai dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu produk makanan nonfermentasi dan makanan terfermentasi. Hasil olahan fermentasi kedelai tradisional yang sangat terkenal adalah tempe dan kecap, sedangkan hasil olahan nonfermentasi hasil industri tradisional adalah susu kedelai, tahu dan tepung kedelai (Widowati, 2004).

Tempe merupakan hasil proses fermentasi yang dengan waktu 36-48 jam. Pada waktu tersebut, tempe siap untuk dipasarkan. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan kapang yang hampir tetap dan tekstur lebih kompak. Jika proses fermentasi terlalu lama menyebabkan terjadinya kenaikan jumlah bakteri, jumlah asam lemak bebas, pertumbuhan jamur juga menurun, dan menyebabkan degradasi protein lanjut sehingga terbentuk amoniak. Akibatnya, tempe yang dihasilkan mengalami proses pembusukan dan aromanya menjadi tidak enak, tetapi dapat digunakan sebagai campuran bumbu pada masakan (Kasmidjo, 1990).

Salah satu UMKM yang memproduksi tempe setiap hari nya yaitu UMKM Tempe Bang Jarwo yang dapat mengolah kedelai menjadi produk tempe. Mengingat tingginya potensi tempe untuk diolah menjadi suatu produk baru yang dapat dikonsumsi sebagai lauk ataupun sebagai camilan, maka penulis tertarik untuk melakukan praktek kerja lapang di UMKM Tempe Bang Jarwo. Penulis memilih UMKM ini yang terletak di kawasan Putat Jaya yang dulunya merupakan Eks Lokalisasi Dolly dan salah satu terbesar di Asia Tenggara adalah karena penulis peduli dan juga ingin ikut

berpartisipasi dalam memberdayakan UMKM yang ada di sana sekaligus juga mengenalkan pada masyarakat lain khususnya di Kota Surabaya yang masih belum terlalu familiar dengan UMKM yang ada di kawasan Eks Lokalisasi Dolly. Diharapkan dengan kegiatan praktek kerja lapang di UMKM Tempe Bang Jarwo ini dapat menambah pengetahuan penulis tentang proses pembuatan kedelai menjadi produk tempe.

Pemilihan produk inovasi ini berlangsung dengan cara kami menawarkan kepada pihak UMKM beberapa produk inovasi seperti Brownies, Churros, Perkedel, Siomay, Keripik, Bola Rambutan, dan Krokot. Kemudian pihak UMKM memilih salah satu produk inovasi yaitu Brownies Tempe "Browniet" dengan asumsi produk jika produk ini tahan lama dan dapat menarik minat dari pembeli. Selain itu, alasan lainnya karena produk ini tidak memerlukan *freezer* untuk menyimpan produk, yang dimana pihak UMKM tidak memiliki alat tersebut. Produk inovasi ini juga aman untuk dikonsumsi oleh semua kalangan, karena pada produk ini kami tidak menambahkan bahan pengawet ataupun bahan tambahan pangan lainnya untuk memperpanjang umur simpan produk, sehingga cukup aman untuk kesehatan para konsumen dan layak untuk diperjual belikan. Hal ini sesuai dengan Pasal 109 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan yang didalamnya telah mengatur bahwa makanan dan minuman yang diproduksi dan diedarkan ke masyarakat harus memenuhi standar atau kriteria aman dikonsumsi.

A.1. Tujuan

- a. Mengetahui secara langsung proses pembuatan tempe di UMKM Bang Jarwo kemudian membandingkannya dengan literatur dan teori yang sudah diterima selama kuliah di Program Studi Teknologi Pangan UPN "Veteran" Jawa Timur.
- b. Memberikan masukan pada UMKM Bang Jarwo dalam usaha meningkatkan kualitas dan produksi dalam mencapai tujuan usahanya.
- c. Menciptakan inovasi yang baru dalam mengolah tempe.
- d. Meningkatkan nilai ekonomi tempe.
- e. Mengembangkan peluang bisnis bagi UMKM dan mahasiswa.

A.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari Praktek Kerja lapang ini adalah:

- a. Bagi Perguruan Tinggi
Mendekatkan perguruan tinggi dengan dunia industri khususnya industri wirausaha sehingga dapat terjalin kemitraan dan kerjasama yang baik antar perguruan tinggi dan pihak industri.

b. Bagi UMKM

Hasil analisis permasalahan UMKM Tempe Bang Jarwo yang dilakukan selama kerja praktik dapat dijadikan bahan saran dan masukan bagi UMKM untuk menentukan kebijaksanaan UMKM di masa yang akan datang.

c. Bagi Mahasiswa

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan lebih dalam tentang proses pengolahan tempe, bisnis makanan dan permasalahan yang ada UMKM Tempe Bang Jarwo, sehingga diharapkan mampu untuk menerapkan ilmu yang didapat dalam bidang industri dan kewirausahaan.

B. Sejarah UMKM

Berdirinya UMKM Tempe Bang Jarwo ini berawal dari lokasi yang semula digunakan sebagai tempat lokalisasi terbesar di Asia Tenggara, bahkan lebih besar dari Patpong di Bangkok, Thailand atau Geylang di Singapura.

Proses penutupan Kawasan Dolly tahun 2014 menuai kontroversi antara warga dan juga pemerintah Surabaya. Namun, warga setempat merasa dirugikan karena usahanya yang berada di sekitaran Dolly akan ikut terdampak dan tidak memiliki penghasilan lainnya. Dolly resmi ditutup tahun 2014, saat Walikota Surabaya Tri Rismaharini mengumumkan secara terbuka di Islamic Center Surabaya. Dari sini cerita Bang Jarwo dimulai

Pemilik nama lengkap Jarwo Susanto awalnya adalah pedagang kaki lima yang menjual aneka minuman di warung kopi gang Dolly. Merasa sangat terdampak, akhirnya Jarwo bergabung menyuarakan dengan cara demo bersama warga yang lainnya. Karena Tindakan ini tidak mendatangkan hasil, maka Jarwo memutuskan untuk tinggal sementara waktu di rumah kakaknya di Sidoarjo yang saat itu berjualan dan produksi tempe rumahan.

Belajar membuat tempe dari kakaknya, akhirnya Jarwo memberanikan pulang ke Surabaya dalam keadaan sudah aman, Jarwo-pun berbekal 3kg kedelai yang siap diolah jadi tempe.

Dengan bermodal uang Rp.180.000,- Jarwo mulai mencari bahan baku pembuatan tempe untuk dijual lagi. Waktu tetap berjalan, Jarwo terus berkembang dengan dibantu oleh pemerintah Surabaya yang mengadakan program untuk warga terdampak Dolly, hingga Jarwo meminta alat penggiling pembuatan tempe. Merasa sangat didukung oleh semua pihak, Jarwo semakin semangat menjual dagangannya keliling pasar tradisional dan sekitaran tempat tinggalnya.

UMKM Tempe Bang Jarwo merupakan usaha kecil yang bergerak dibidang makanan berupa tempe yang berlokasi di DS Point Kupang Gunung Kota Surabaya ini tidak memiliki karyawan tetap, dalam proses produksi dari pengolahan biji kedelai menjadi tempe, pengemasan, hingga pemasaran dilakukan oleh Bang Jarwo dan terkadang dibantu oleh keluarga. Produksi dilakukan setiap hari, dalam sehari 25 kg biji kedelai diproses menjadi tempe. Dalam pengemasannya digunakan dua jenis kemasan yaitu kecil dengan harga Rp. 1.000,- dan sedang dengan harga Rp. 2.000,-.

C. Pemasaran

Pemasaran merupakan aspek lain yang dibutuhkan oleh suatu industri agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat menarik perhatian calon konsumen. (Kotler, 2005) menyatakan bahwa definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk atau jasa yang dihasilkan berkaitan dengan penentuan kepuasan konsumen yang menggantikannya.

Strategi pemasaran yang baik sangat penting untuk keberlangsungan sebuah industri. Strategi pemasaran dari produk UMKM Tempe Bang Jarwo adalah dilakukan dengan melakukan penjualan secara *offline* berkeliling dari satu daerah ke daerah lainnya, dan juga secara *online*.

Pemasaran secara *offline* dilakukan dengan berkeliling dari satu daerah ke daerah lainnya, hal ini bertujuan untuk memasarkan produk dari UMKM Tempe Bang Jarwo dan juga memberikan kemudahan untuk membeli produk tempe tanpa harus menempuh jarak yang jauh.

Pemasaran secara *online* merupakan pemasaran tambahan dari UMKM Tempe Bang Jarwo. Jaringan yang luas dapat membantu pemasaran produk inovasi tempe dari UMKM Tempe Bang Jarwo sehingga lebih mudah untuk sampai ke berbagai kalangan. Pemasaran ini dilakukan melalui media sosial *Instagram* dan *Whatsapp*. Melalui pemasaran ini produk dari UMKM Tempe Bang Jarwo berhasil mendapatkan beberapa pelanggan tetap yang dimana pemesanannya dalam jumlah banyak.

D. Lokasi

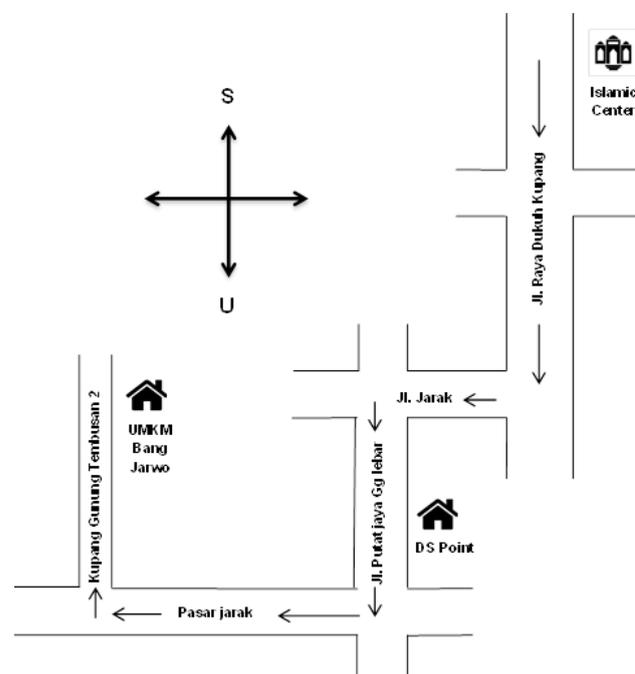
D.1. Lokasi

Dalam mendirikan usaha, pemilihan lokasi usaha suatu industri 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 resiko dan laba perusahaan (Heizer dan Render, 2015).

UMKM Bang jarwo terletak di :

- Utara : Pasar Kupang Gunung
- Selatan : GALAXY GYM
- Barat : Kampung Batik
- Timur : *Petshop* Surabaya



Gambar 1. Tata Letak atau Layout UMKM Tempe Bang Jarwo

Keterangan :

1. Perendaman dan pemisahan kulit ari
2. Tempat fermentasi
3. Perebusan
4. Penggilingan biji kedelai
5. Peragian dan pengemasan
6. Toilet