

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tempe merupakan salah satu pangan tradisional asal Indonesia yang hampir dikenal oleh semua Masyarakat Indonesia bahkan di dunia. Namun pengembangan inovasi tempe ini sangatlah minim, mungkin salah satunya masih banyak dari masyarakat kita yang menganggap tempe adalah makanan murahan karena makanan ini selalu diidentikkan dengan makanan masyarakat kelas bawah. Anggapan yang demikian tentu kurang benar karena berdasarkan Departemen Agrikultur Amerika Serikat (USDA) tempe merupakan pangan yang mengandung sekitar 38% protein artinya tempe mampu digunakan untuk menggantikan peranan dari daging ayam, daging sapi, dan ikan dalam memenuhi kebutuhan protein. Selain itu juga dapat digunakan sebagai pilihan yang tepat bagi para vegetarian untuk memenuhi kebutuhannya.

Tempe adalah makanan yang dibuat dari kacang kedelai yang difermentasikan menggunakan kapang *rhizopus* ("ragi tempe"). Selain itu terdapat pula makanan serupa tempe yang tidak berbahan kedelai yang juga disebut tempe. Kata "tempe" diduga berasal dari bahasa Jawa Kuno. Pada zaman Jawa kuno terdapat makanan berwarna putih terbuat dari tepung sagu yang disebut tumpi. Tempe yang juga berwarna putih terlihat memiliki kesamaan dengan makanan tumpi tersebut. Tempe merupakan makanan tradisional yang telah dikenal di Indonesia, yang dibuat dengan cara fermentasi atau peragian. Pembuatannya merupakan hasil industri rakyat. Tempe diminati oleh masyarakat, selain harganya murah, juga memiliki kandungan protein nabati yang tinggi. Masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah sangat menggemari produk tempe bahkan akhir-akhir ini tempe tidak hanya populer di kalangan kelas menengah bawah saja tetapi juga populer di masyarakat kalangan atas. Hal ini karena tempe memiliki komponen gizi yang baik bagi tubuh utamanya adalah protein

Fermentasi pada tempe terjadi karena adanya aktivitas kapang *Rhizopus oligosporus* yang mampu menghasilkan enzim yang berfungsi untuk menguraikan berbagai enzim menjadi senyawa yang lebih sederhana. Oleh karena itu tempe baik dikonsumsi oleh manusia di semua kalangan, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Melalui proses fermentasi pada tempe ini, komponen-komponen nutrisi yang kompleks pada kedelai dicerna oleh kapang dengan reaksi enzimatik yang akan menghasilkan senyawa yang lebih sederhana.

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). Dengan keunggulan yang dimiliki oleh tempe tersebut ternyata tempe juga memiliki kelemahan yakni masa simpannya relatif singkat maksimal 2 – 3 hari. Keadaan yang demikian maka diperlukan suatu inovasi pada tempe untuk meningkatkan masa simpannya.

UMKM Tempe Bang Jarwo adalah salah satu pedagang yang memilih usaha untuk menciptakan produk tempe. Tempe Bang Jarwo ini juga merupakan tempe yang dibuat dari kedelai murni tidak dicampur dengan misalnya jagung ataupun lainnya yang biasanya ditambahkan pada pembuatan tempe. Penulis merasa UMKM ini tepat dengan tujuan yang ingin menginovasi tempe agar memiliki nilai jual yang tinggi dan kami memutuskan untuk memilih 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.

A.1. Tujuan

1. Mengetahui proses pembuatan tempe secara langsung di UMKM.
2. Menciptakan inovasi yang baru dalam mengolah tempe.
3. Meningkatkan nilai ekonomi tempe.
4. Meningkatkan daya tarik dan beli konsumen terhadap produk yang berasal dari UMKM.

A.2. Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini diantaranya:

Bagi Perguruan Tinggi

Bekerjasama dalam mengimplementasikan kegiatan tri dharma perguruan tinggi oleh dosen dan mahasiswa.

Bagi UMKM

UMKM mendapatkan wawasan baru berupa masukan yang diberikan oleh mahasiswa untuk kemudian dipertimbangkan dalam membuat keputusan untuk waktu yang akan datang.

Bagi Mahasiswa

1. Memperoleh pengetahuan tentang proses pembuatan tempe secara langsung dengan mempraktekannya.
2. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam berinovasi dengan menciptakan hasil karya yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis di masa depan.

Bagi Masyarakat

Sebagai referensi masyarakat bahwa dalam berinovasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan bahan pangan tradisional dan menjadikannya peluang bisnis.

A. 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.

Tanpa rasa ragu, dengan bermodal uang Rp.180.000,- saja, 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 menjadi semangat menjual dagangannya keliling pasar tradisional dan sekitaran tempat tinggalnya, dagangannya pun laku banyak di kawasan tersebut

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,-

A. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat krusial dalam bisnis, karena dengan adanya kegiatan pemasaran yang inovatif maka promosi suatu produk akan berhasil dimana akan banyak konsumen yang mengenal dan memahami maksud dari peranan suatu produk. Menurut Fandy (2000), Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Dalam pemasaran juga perlu diperhatikan berbagai aspek yakni memperhatikan media yang sering digunakan oleh masyarakat, misalnya pada saat ini masyarakat banyak menggunakan media sosial atau *online* maka hal tersebut juga bisa menjadi pertimbangan dalam menentukan pemasaran suatu produk ataupun jasa. UMKM Tempe Bang Jarwo menggunakan pemasaran secara *offline* dan *online*. Secara *offline*, Bang Jarwo melakukan penjualan secara keliling dengan menawarkan produk tempenya sedangkan secara *online*, Bang Jarwo mempromosikan produknya melalui media sosial *Instagram* dan *Whatsapp* sehingga produknya dapat dikenal secara luas oleh masyarakat, mengingat media sosial atau media *online* pada saat ini semakin banyak penggunanya.

D. Lokasi

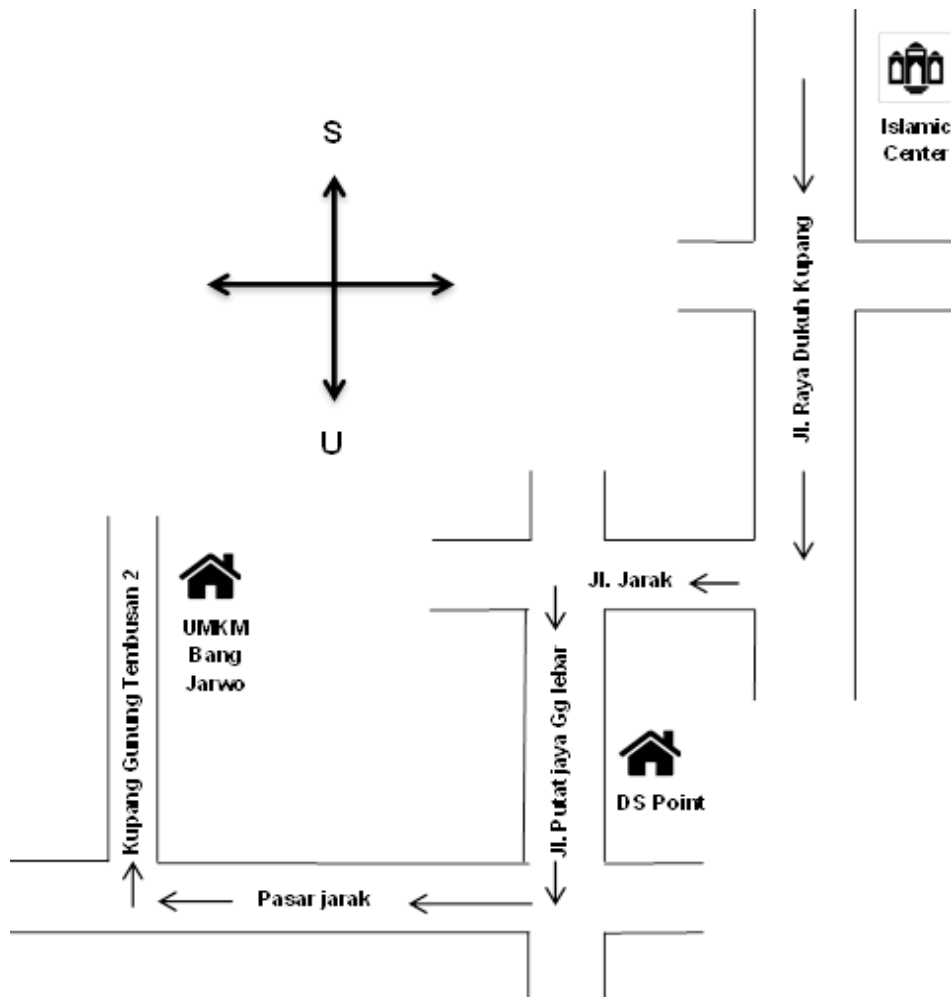
D.1. Denah Lokasi

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

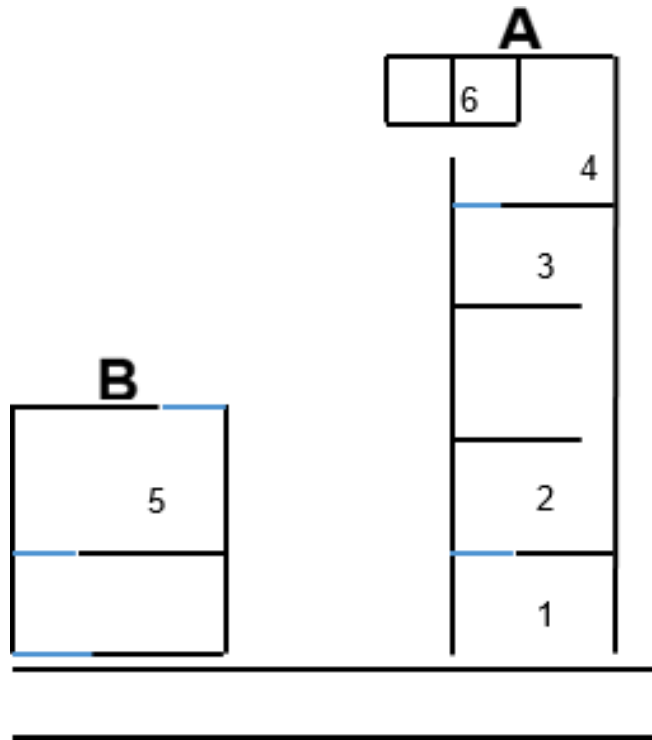
tersebut. Lokasi memiliki pengaruh yang besar pada keseluruhan resiko dan laba perusahaan (Heizer & Render, 2015).

UMKM Bang jarwo terletak di :

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



Gambar 1. Denah Lokasi UMKM Tempe Bang Jarwo



Gambar 2. Tata Letak 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

D.2. Tata Letak UMKM

Tata letak bertujuan menempatkan dan mengoptimalkan kegiatan-kegiatan proses pengolahan dan fasilitas dalam UMKM. Tempe Bang Jarwo memiliki 2 area produksi. Pada area A adalah tempat untuk proses perebusan, perendaman, penggilingan kedelai, pemisahan kulit ari kedelai, dan fermentasi. Selain itu, pada area A digunakan untuk menyimpan *raw material*. Sedangkan pada area B adalah tempat untuk proses peragian dan pengemasan.