

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih serta pertumbuhan penduduk yang cukup signifikan, yaitu sekitar 1,25% (BPS, 2020) menjadikan lapangan pekerjaan yang tersedia pun semakin kecil, hal ini dikarenakan sebagian besar industri yang mulai menerapkan sistem otomasi serta persaingan dalam dunia kerja yang semakin ketat. Untuk menghadapi permasalahan tersebut, mahasiswa tidak boleh mengandalkan pengetahuan secara teoritis saja, namun diperlukan sebuah pengalaman, *soft skill*, dan kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan teoritis tersebut yang nantinya menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan dalam dunia kerja.

Setiap perguruan tinggi di Indonesia tidak hanya dituntut untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan siap kerja, tetapi juga mampu melahirkan mahasiswa yang mampu membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain. Dengan adanya Praktek Kerja Lapangan (PKL) *entrepreneur* menjadikan salah satu langkah yang diambil oleh perguruan tinggi pada masa pandemi untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu bersaing dalam dunia kerja. Selain itu kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan inovasi merupakan sesuatu hal yang cukup penting dalam menciptakan industri kreatif di era digital. Dalam hal ini mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan PKL di salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pilihan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disingkat dengan UMKM dapat didefinisikan sebagai suatu bisnis yang dijalankan secara individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil.

Mahasiswa melaksanakan PKL di UMKM Aqisa Rumah Rosella yang bergerak dibidang minuman herbal dan makaroni di kota Surabaya. Minuman herbal adalah salah satu jenis minuman yang terbuat dari bahan alami yang memiliki beberapa khasiat bagi tubuh. Sebagian besar produk bahan baku minuman herbal terbuat dari rempah-rempah atau bagian dari tanaman. Makaroni memiliki arti sebagai salah satu camilan yang memiliki tekstur yang renyah serta memiliki beberapa varian rasa karena ditambahkan beberapa bahan tambahan lainnya dalam pengolahannya. Alasan mahasiswa memilih UMKM Aqisa Rumah

Rosella sebagai tempat PKL karena selain ingin memajukan industri pangan rumahan di kota Surabaya, juga dikarenakan UMKM Aqisa Rumah Rosella memiliki produk unggulan berbahan dasar rosella dengan penambahan rempah dan bebas bahan kimia, yang pada dasarnya masyarakat belum mengetahui banyaknya manfaat mengkonsumsi rosella bagi tubuh. Hal ini membuat para penulis untuk menciptakan produk baru berbahan dasar rosella agar masyarakat mudah mengkonsumsi dan merasakan dampak positif dari rosella tersebut.

1.2. Tujuan

Tujuan dari kegiatan praktek kerja lapangan *entrepreneur* ini, yaitu:

1. Menambah wawasan mengenai proses produksi minuman dan makaroni di UMKM Aqisa Rumah Rosella dan dapat mengetahui perbedaan dengan teori dari literatur.
2. Mengetahui permasalahan yang dihadapi UMKM selama pandemic COVID-19.
3. Membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UMKM selama pandemi COVID-19.

1.3. Manfaat

Manfaat yang didapat dari kegiatan praktek kerja lapangan *entrepreneur* ini, yaitu:

1. Bagi Perguruan Tinggi

Terwujudnya hubungan baik antara UMKM usaha mikro dengan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

2. Bagi UMKM

Hasil analisa dan inovasi produk pangan yang dijalankan mahasiswa dapat menjadi saran dan masukan bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya di masa krisis/ pandemi, serta untuk menentukan kebijaksanaan UMKM di masa yang akan datang.

3. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat mengetahui proses pengolahan minuman herbal dan makaroni gandum serta mendapatkan wawasan mengenai dunia bisnis makanan sehingga nantinya diharapkan mampu menerapkan ilmu yang telah

didapat dalam bidang industri dan kewirausahaan.

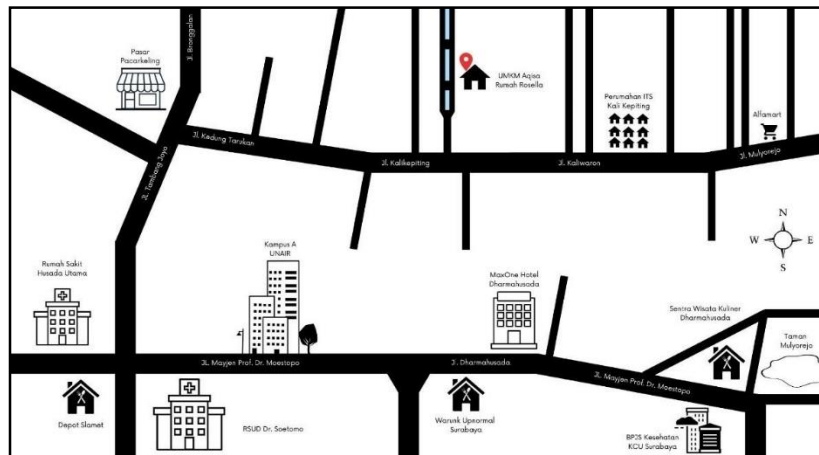
1.4. Kondisi UMKM Aqisa Rumah Rosella

1.4.1. Sejarah UMKM

UMKM Aqisa Rumah Rosella merupakan salah satu UMKM binaan pemerintah kota Surabaya yang berdiri sejak tahun 2014. Pemilik dari UMKM Aqisa Rumah Rosella ini bernama Hadisatul Ahadiyah yang biasa dipanggil Ibu Icha. Sejarah berdirinya UMKM ini berawal dari sakit batuk yang diderita oleh anak beliau yang tidak kunjung sembuh. Ada beberapa saran dari kerabat untuk mengkonsumsi produk minuman rosella untuk menyembuhkan sakit yang diderita anaknya. Dari saran itulah beliau mencoba untuk membuat resep minuman herbal rosella sebagai pengobatan alternatif, selama beberapa bulan mengkonsumsi minuman herbal rosella didapat hasil yang cukup memuaskan. Dari keadaan itulah beliau ingin menyebarkan manfaat rosella kepada banyak orang dengan mencicipi produk minuman herbal rosella yang beliau buat pada beberapa konsumen. Melalui respon baik dari konsumen tentang produk tersebut, beliau mulai memberanikan diri untuk membuat produk minuman herbal rosella dan memakai brand yang dikenal sebagai "Aqisa Rumah Rosella".

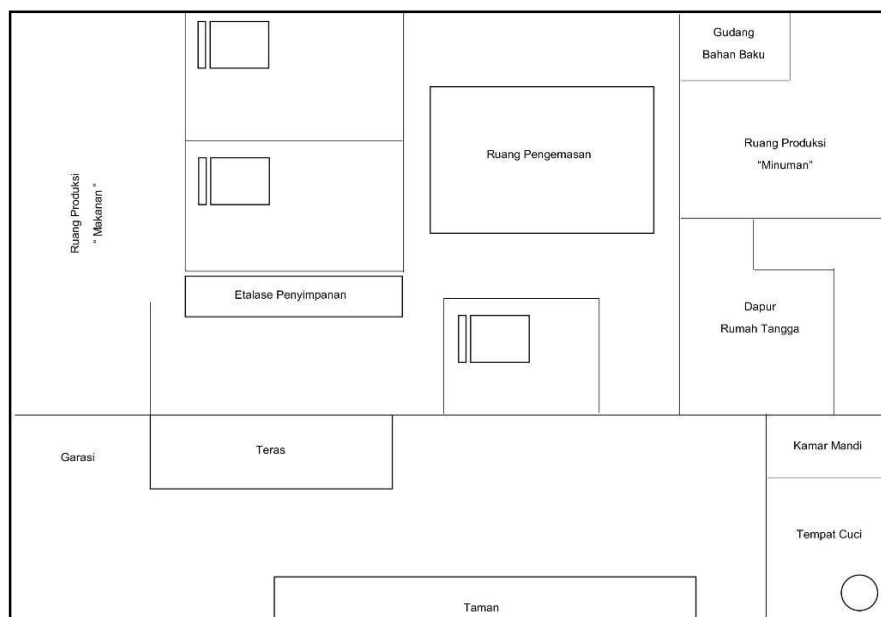
1.4.2. Lokasi dan Tata Letak UMKM

Lokasi produksi merupakan hal penting dalam berdirinya suatu UMKM karena lokasi dapat menentukan penilaian terhadap UMKM. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi perusahaan (Heizer & Render, 2015). UMKM Aqisa Rumah Rosella berada di pemukiman penduduk yang jauh dari industri lain yang beralamatkan di Jl. Kalikepiting No.11 A, Pacar Kembang, Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya, Jawa Timur. Denah menuju lokasi UMKM Aqisa Rumah Rosella dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Denah Lokasi UMKM Aqisa Rumah Rosella

Lokasi produksi terletak dalam satu area rumah pemilik UMKM Aqisa Rumah Rosella. Tata letak area produksi adalah landasan utama dalam dunia industri yang bertujuan untuk melancarkan aliran proses produksi serta pemindahan bahan yang ada di dalam suatu UMKM. Terdapat beberapa bagian area produksi yaitu pencucian, gudang bahan baku, ruang pengemasan, etalase penyimpanan produk. Berikut adalah *layout* tata letak di UMKM Aqisa Rumah Rosella.



Gambar 2. Layout UMKM Aqisa Rumah Rosella

1.4.3. Jenis Produk

Produk adalah hasil akhir yang mampu diproduksi oleh pihak produsen. UMKM Aqisa Rumah Rosella memiliki dua kategori produk yaitu makanan ringan dan minuman herbal. Produk makanan ringan yang diproduksi oleh UMKM yaitu makaroni gandum (MACDUM) dengan beberapa varian rasa meliputi keju, coklat, balado, telur asin, dan daun jeruk. Selain itu, UMKM Aqisa Rumah Rosella juga memproduksi minuman herbal meliputi minuman teh rosella, sirup rosella, sari temulawak, dan sari asam jawa.

1.4.4. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi merupakan hasil produksi maksimum yang dapat diproduksi atau dihasilkan dalam satuan waktu tertentu (Kusuma, 2009). Kapasitas produksi dapat menunjukkan kemampuan suatu usaha/ perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumen. Kapasitas produksi dari UMKM Aqisa Rumah Rosella dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Kapasitas Produksi UMKM Aqisa Rumah Rosella

Jenis Produk	Kapasitas Produksi	
	Sebelum COVID-19	Selama COVID-19
Teh Rosella	150 botol/ hari	150 botol/ 2 hari
Sirup Rosella	100 botol/ bulan	Sesuai pesanan
Sari Temulawak	150 botol/ hari	150 botol/ 2 hari
Sari Asam Jawa	150 botol/ hari	150botol/ 2 hari
Macaroni Gandum	250 bungkus/ minggu	250 bungkus/ bulan

Sebelum pandemi COVID-19 permintaan konsumen terhadap produk olahan UMKM Aqisa Rumah Rosella cukup banyak sehingga UMKM mampu memproduksi minuman herbal dengan kapasitas 150 botol dalam satu hari, 100 botol produk sirup dalam satu bulan, dan 250 bungkus MACDUM dalam satu minggu. Penurunan permintaan konsumen terjadi saat pandemi COVID-19 yang menyebabkan UMKM Aqisa Rumah Rosella mengubah periode produksi setiap produk, akan tetapi UMKM tidak menentukan kapasitas produksi yang tetap untuk produk sirup sehingga proses produksi sirup akan dilakukan sesuai dengan

pesanan baik dari konsumen ataupun *reseller*.

1.4.5. Pemasaran

Pemasaran adalah proses yang dilakukan baik individu atau perusahaan yang berguna untuk menciptakan nilai dari pelanggan dan membangun hubungan erat dengan konsumen. UMKM Aqisa Rumah Rosella lebih sering menggunakan metode pemasaran secara *offline* untuk memasarkan produknya, namun dengan adanya pandemi COVID-19 UMKM mulai mencoba metode pemasaran secara online yaitu melalui beberapa *e-commerce* meliputi Instagram, Whatsapp, Facebook, Go-Food, Shopee, dan Tokopedia.