

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi guna mengetahui pengembangan usaha pada Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari di Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar.

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah

Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari merupakan sebuah usaha mandiri melalui pembuatan keripik ubi kayu dengan memberdayakan masyarakat sekitar. Usaha ini dimulai pada tahun 2007 atau sekitar 11 tahun sebagai usaha peningkatan kesejahteraan keluarga. Keripik ubi yang dibuat memiliki dua varian rasa yaitu balado dan jagung bakar. Pemilik UKM Sinar Mentari ini bernama Muhammad Amir yang merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas, sebelum memulai usaha ia tidak pernah mengikuti pelatihan apapun tentang kewirausahaan. Pak Amir baru mulai mengikuti pelatihan ketika usahanya sudah berjalan. Awalnya, usaha ini didirikan karena ia melihat usaha milik temannya yang memiliki banyak keuntungan dan terbilang sukses dipasaran selain itu ia berharap dengan memiliki usaha ini dapat

meningkatkan perekonomian keluarganya. Usaha ini pun awalnya hanya dibuat di rumah dan hanya dipasarkan ke warung-warung sekitar, namun lama kelamaan produk yang dihasilkan dapat dipasarkan hingga ke beberapa kabupaten hingga sekarang.

b. Visi Misi

Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari mempunyai visi dan misi untuk menciptakan produk dengan harga yang terjangkau sehingga dapat bersaing di pasaran.

c. Jenis produk, biaya dan jumlah produk yang dihasilkan

Jenis produk adalah makanan ringan berupa keripik ubi dengan dua varian rasa khas yaitu balado dan jangung bakar. Dalam proses satu kali produksi, biaya yang dikeluarkan sekitar Rp. 4.253.500,- yang terbagi atas biaya variabel Rp. 3.363.500,- dan biaya operasional sebesar Rp. 890.000,-. Jumlah keripik ubi yang dihasilkan dalam satu kali produksi sebanyak 320 pack dan biasanya produksi meningkat apabila ada pesanan. Sedangkan harga yang dijual dipasaran sebesar Rp. 20.000,-. Maka laba bersih yang diperoleh dalam satu kali produksi sekitar Rp. 2.146.500,-

Dalam menjalankan usahanya UKM Sinar Mentari memakai tenaga kerja berjumlah 12 orang tenaga kerja, dengan rincian sebagai berikut:

- 1) Bagian pengupasan sebanyak tiga orang tenaga kerja

- 2) Bagian pencampur bumbu sebanyak satu orang
- 3) Bagian penggorengan sebanyak tiga orang pekerja
- 4) Bagian packing sebanyak lima orang pekerja

Pemasaran produk saat ini dipasarkan di warung-warung sekitar Makassar dan ke beberapa Kabupaten seperti Takalar, Bantaeng, dan Jeneponto.

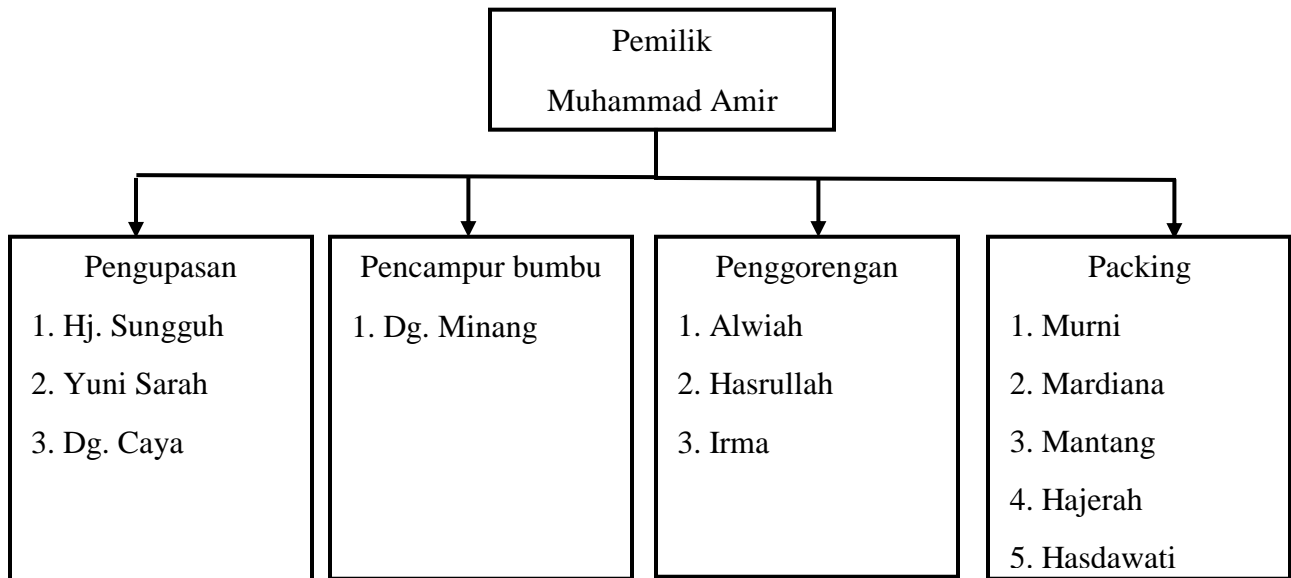
d. Sarana dan Prasarana

Untuk menunjang pembuatan keripik ubi maka UKM Sinar Mentari memiliki sarana dan prasarana sebagai berikut:

- 1) Gudang
- 2) Alat pemotong
- 3) Alat pencampur bumbu
- 4) Alat penggoreng

e. Struktur organisasi UKM Sinar Mentari

Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari merupakan usaha mandiri sehingga hanya dikelola oleh pemilik dan dibantu oleh tenaga kerja. Adapun susunannya sebagai berikut.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

f. Alamat UKM Sinar Mentari

Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari beralamat di Kampung Cedde Laikang Jl.Goaria Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar yang berbatasan dengan Kabupaten Maros. Jarak tempuh dari pusat kota sekitar 36 menit atau sekitar 21 km.

2. Deskripsi Pelaksanaan Pembuatan Keripik Ubi pada Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari di Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 26 Mei sampai dengan 26 Juni 2018 yang bertempat di UKM Sinar Mentari Kota Makassar. Informan penelitian ini adalah pemilik serta tenaga kerja yang berjumlah 5 orang. Adapun nama-nama pekerja pada UKM dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Daftar Nama Tenaga Kerja Pada UKM Sinar Mentari

No	Nama	Tempat/Tanggal Lahir	Pendidikan Terakhir	Alamat
1	Hj. Sungguh	Ujung Pandang/ 05 Juni 1967	SD	Kampung Cedde
2	Yuni Sarah	Manuruki/ 26 Januari 1994	SD	Kampung Cedde
3	Irma	Ujung Pandang/ 28 Maret 1996	SMP	Kampung Cedde
4	Dg. Minang	Ujung Pandang/ 6 Juni 1971	SD	Kampung Cedde
5	Alwiah	Maros/ 15 Mei 1988	SD	Kampung Cedde
6	Hasrullah	Ujung Pandang/ 07 Oktober 1986	SD	Kampung Cedde
7	Dg. Caya	Baddo-baddo/ 25 November 1970	SD	Kampung Cedde
8	Murni	Ujung Pandang/ 30 April 1989	SD	Kampung Cedde
9	Mardiana	Maros/ 18 Mei 1983	SMP	Kampung Cedde
10	Mantang	Ujung Pandang/ 23 Maret 1996	SMA	Kampung Cedde
11	Hajerah	Baddo-baddo/ 04 Mei 1990	SD	Kampung Cedde
12	Hardawati	Bulukumba/ 07 Juli 1986	SMP	Kampung Cedde

Proses produksi keripik ubi pada UKM Sinar Mentari berlangsung 6 kali dalam satu bulan yang dimulai dari pukul 09.00 sampai 15.00 sesuai dengan berapa banyak yang diproduksi.

3. Deskripsi Hasil Penelitian tentang Pengembangan Usaha pada Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari di Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar

Pengembangan usaha pada Usaha Kecil Menengah Sinar Mentari di Kelurahan Sudiang Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar ini dilakukan dengan beberapa strategi yang dijadikan acuan dalam penelitian ini yaitu strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan yang terkonsentrasi, strategi inovasi, dan strategi integrasi horizontal.

Adapun yang menjadi strategi dalam pengembangan usaha pada UKM Sinar mentari adalah sebagai berikut.

a. Strategi Pengembangan Produk

Assauri (2003) pengembangan produk (product development adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar.

Stanton (2002) mengatakan bahwa pengembangan produk adalah suatu istilah yang terbatas meliputi kegiatan teknis, seperti riset produk, rekayasa, dan desain. Selain itu, pengembangan produk baru adalah sumber kehidupan berbagai perusahaan, dan merupakan harapan terbaik untuk pertumbuhan di masa depan. Salah satu tujuan pengembangan produk adalah untuk meningkatkan hasil penjualan yang akan berpengaruh terhadap laba perusahaan, suatu perusahaan pasti memiliki tujuan

lainnya adalah mempertahankan posisi sekarang perusahaan sebagai inovator dan menjaga pangsa pasar.

Hasil wawancara dengan H.J tentang inti dari perbaikan produk sebagai berikut:

Menurut saya perbaikan produk perlu dilakukan, salah satunya dengan perubahan pada kemasan keripik ubi ini agar pembeli lebih tertarik untuk membelinya (hasil wawancara dengan H.J pada tanggal 28 Mei 2018)

Dari hasil wawancara dengan H.J tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk mengembangkan suatu produk dengan adanya perbaikan bentuk yang lebih menarik.

Seperti halnya yang dikatakan oleh M.A tentang apa yang dilakukan dalam meningkatkan daya tarik produk sebagai berikut:

Menurut saya meningkatkan cita rasa suatu produk agar pembeli tidak lari kepenjual yang menjual produk sejenis, seperti bumbu yang sekarang digunakan adalah bumbu yang dipesan khusus dari Yogyakarta (hasil wawancara dengan M.A pada tanggal 28 Mei 2018)

Dari hasil wawancara tersebut dengan M.A dapat diketahui bahwa untuk mengembangkan suatu produk maka perlu peningkatan terhadap produk serta menciptakan produk dengan karakteristik yang lebih menarik konsumen.

Melakukan pengembangan produk tidak hanya memperbaiki dari segi produk saja tetapi juga dapat dilakukan dengan cara meningkatkan Sumber Daya Manusianya.

Hasil wawancara yang berbeda oleh H.D tentang cara meningkatkan daya tarik produk sebagai berikut:

Menurut saya kegiatan perbaikan produk dilakukan dengan memaksimalkan kerja pada saat produksi, sebab kalau tidak maka produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan keinginan (hasil wawancara dengan H.D pada tanggal 28 Mei 2018)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut di atas dapat dilihat bahwa dari dua orang yang mengatakan dalam mengembangkan suatu produk agar tercipta pengembangan usaha pada UKM Sinar Mentari maka perlu adanya perbaikan serta berani melakukan sesuatu yang berbeda, sedangkan satu orang mengatakan bahwa perlu adanya kerja yang maksimal untuk dapat mengembangkan produk. Dari ketiga hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha melalui pengembangan produk sering dilakukan perbaikan serta adanya kinerja yang maksimal dari para tenaga kerja di UKM Sinar Mentari tersebut sehingga memperbaiki persepsi pelanggan.

Hasil wawancara dengan S tentang inti dari penjagaan citra dan reputasi perusahaan sebagai berikut:

Menurut saya intinya menjaga citra agar produk yang dipasarkan tidak jatuh dimata pelanggan atau pembeli (Hasil wawancara dengan S pada tanggal 29 Mei 2018)

Berdasarkan hasil wawancara dengan S dapat diketahui bahwa dengan terbentuknya citra yang baik di mata pelanggan akan meningkatkan loyalitas

pelanggan terhadap perusahaan tersebut dan juga citra positif akan mendorong persepsi positif terhadap produk perusahaan.

Hasil wawancara dengan H.R tentang pemberian pengalaman positif terhadap pelanggan sebagai berikut:

Menurut saya pemberian pengalaman positif itu perlu, agar mengetahui respon pembeli dan responnya baik karena banyak yang datang langsung ke tempat pembuatan dan yang dilakukan dalam memberikan pengalaman positif dengan cara menjaga rasanya (hasil wawancara dengan H.R pada tanggal 29 Mei 2018)

Berdasarkan hasil wawancara dengan H.R dapat diketahui bahwa pemberian pengalaman positif dilakukan untuk mengetahui respon dari pelanggan serta respon terhadap produk dapat dilihat dari hasil produksi yang diminati oleh pembeli serta memberikan pengalaman positif dengan cara menjaga kualitas produk.

b. Strategi Pengembangan Pasar

Assauri (2003) strategi pengembangan pasar yaitu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualannya atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif. Strategi pengembangan pasar dengan memasarkan produk-produk yang ada saat ini di pasar-pasar baru.

Hasil wawancara dengan S tentang cara memperkenalkan produk sebagai berikut:

Bahwa melakukan pengembangan pasar dengan cara memperkenalkan hingga menawarkan produk melalui sales agar produk dapat lebih dikenal (hasil wawancara dengan S pada tanggal 4 Juni 2018)

Berdasarkan hasil wawancara dengan S dapat diketahui bahwa untuk mengembangkan usaha melalui strategi pengembangan pasar dapat dilakukan dengan cara mempromosikannya secara konsisten.

Seperti halnya yang dikatakan M.D tentang saluran distribusi usaha sebagai berikut:

Bahwa saluran distribusi usaha ini berada di Makassar dan di luar daerah dan yang dilakukan agar usaha dapat menambah saluran distribusi yaitu dengan memperkenalkan produk dengan cara membawakan produk langsung ke warung atau toko yang diajak kerjasama (hasil wawancara dengan M.D pada tanggal 4 Juni 2018)

Dari hasil wawancara tersebut di atas dengan M.D dapat diketahui bahwa saluran distribusi usaha ini sampai ke beberapa daerah dan menambah saluran distribusi dilakukan cara dengan menawarkan produk serta menjalin hubungan yang harmonis dengan para distributor agar usaha dapat berjalan lancar.

Hasil wawancara dengan H.D tentang peningkatan program promosi sebagai berikut:

Bahwa cara mempromosikan produk awalnya menggunakan sosial media facebook namun karena jarang aktif di media sosial akhirnya lebih ditingkatkan dengan cara membawakan dan menawarkan secara langsung produk ke toko-toko (hasil wawancara dengan H.D pada tanggal 5 Juni 2018)

Berdasarkan hasil wawancara dengan H.D diketahui bahwa promosi dilakukan dengan cara menawarkan dan membawakan secara langsung kepada pembeli.

c. Strategi Pengembangan yang Terkonsentrasi

Pearce dan Robinson (2008) Strategi utama dimana suatu perusahaan mengarahkan sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan yang menguntungkan dari suatu produk di suatu pasar. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara konsen pada konsumen yang telah ada, menarik pelanggan perusahaan lain, menarik pelanggan baru.

Hasil wawancara dengan S tentang sumber daya sebagai berikut:

Menurut saya yang dilakukan terhadap sumber daya yaitu memanfaatkan ubi kayu untuk dibuat menjadi keripik (Hasil wawancara dengan S pada tanggal 11 Juni 2018)

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa dengan mengambil manfaat dari sumber daya yang ada serta menjaganya untuk kepentingan bersama hal ini akan menunjang kehidupan maupun keberhasilan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan M.D tentang pengetahuan terhadap perilaku pembeli sebagai berikut:

Bahwa respon dari pembeli sangat baik dapat dilihat dari adanya beberapa pembeli atau toko yang sering memesan produk keripik ubi ini (hasil wawancara dengan M.D pada tanggal 11 Juni 2018)

Dari hasil wawancara dengan M.D dapat diketahui bahwa dalam mengembangkan usaha yang terkonsentrasi maka perlu adanya pengetahuan tentang perilaku pembeli apakah positif atau sebaliknya.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di lapangan tentang keunggulan yang dimiliki agar dapat bersaing dengan produk lain sebagai berikut:

Bahwa pengembangan ini lebih terkonsentrasi kepada keterampilan dalam bersaing, hal ini perlu diketahui agar lebih diminati oleh para konsumen atau distributor, pemilik usaha ini melakukan pendekatan kepada mereka dengan cara memberikan hadiah sebuah piring setiap pembelian 1 pack atau 50 bungkus.

Dari hasil pengamatan peneliti di atas dapat dilihat bahwa keterampilan dalam bersaing dapat meningkatkan daya tarik konsumen atau distributor yang mana sangat diperlukan untuk mengembangkan usaha.

Seperti halnya yang dikatakan oleh H.R tentang promosi berlangsung dengan efektif sebagai berikut:

Bahwa selama bergabung dengan produksi keripik ubi ini, promosi berlangsung dengan baik sejak pemberian hadiah setiap pembelian (hasil wawancara dengan H.R pada tanggal 12 Juni 2018)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa promosi berlangsung efektif sejak adanya program pemberian hadiah karena dapat membuat pengembangan usaha di UKM Sinar Mentari sangat berhasil dalam konsentrasi terhadap konsumen.

d. Strategi Inovasi

Drucker (2007) Strategi inovasi merupakan sebuah strategi yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan inovasi dari perusahaan untuk tetap dapat bertahan dalam persaingan usaha. Strategi inovasi ini dapat juga dilakukan dengan cara memanfaatkan teknologi modern, meningkatkan kualitas SDM, maupun meningkatkan pelayanan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan M.A tentang perubahan atau kemajuan yang ditawarkan oleh produk sebagai berikut:

Bahwa keunggulan yang dimiliki agar dapat bersaing dengan produk yang lain adalah menggunakan mesin dalam pembuatannya (hasil wawancara dengan M.A pada tanggal 25 Juni 2018)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mengembangkan usaha pada UKM Sinar Mentari sangat penting untuk mengubah produk agar lebih baik dari sebelumnya diadakan, inovasi tidak terbatas pada hasil produk tetapi juga mencakup penggunaan teknologi.

Hasil wawancara dengan S tentang produk yang sama namun biaya yang lebih murah ditawarkan oleh produk ini sebagai berikut:

Bahwa keripik ini memang lebih murah dibanding keripik-keripik lainnya karena harga satuannya yaitu Rp. 500,- (lima ratus rupiah) mungkin jika kemasannya lebih besar lagi maka harganya bisa sama dengan keripik yang lain (hasil wawancara dengan S pada tanggal 25 Juni 2018)

Berdasarkan hasil wawancara dengan S dapat diketahui bahwa biaya yang ditawarkan produk sesuai dengan kuantitasnya.

e. Strategi Integrasi Horizontal

Yunus (2016) mengemukakan bahwa strategi integrasi horizontal mengarah pada penambahan usaha yang akan memproduksi produk sejenis.

Hasil wawancara dengan M.A tentang bagaimana usaha ini memproduksi produk sejenis sebagai berikut:

Bahwa keripik ubi sinar mentari ini memiliki sudah memiliki produk dengan rasa yang berbeda yaitu rasa balado dan rasa jagung bakar tergantung dari pesanan (hasil wawancara dengan M.A pada tanggal 26 Juni 2018)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa UKM Sinar Mentari memiliki produk yang sejenis dengan varian rasa yang berbeda.

Hasil wawancara dengan M.D tentang bagaimana usaha ini memperoleh produk sejenis sebagai berikut:

Menurut saya keripik ubi ini memiliki dua rasa, tetapi yang paling sering diminta adalah rasa balado (hasil wawancara dengan M.D pada tanggal 26 Juni 2018)

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa keripik ubi dengan rasa balado lebih banyak diminati.

Dari hasil wawancara ke dua orang tersebut dapat disimpulkan bahwa usaha keripik ubi sinar mentari telah memiliki produk sejenis yaitu keripik ubi dengan varian yang berbeda.

B. Pembahasan

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana pengembangan usaha pada UKM Sinar Mentari, adapun indikator yang penulis lakukan dalam mengetahui pengembangan usaha melalui strategi pengembangan usaha yang dilakukan, yaitu strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan yang terkonsentrasi, strategi inovasi, dan strategi integrasi horizontal.

Strategi pengembangan produk pada level produk pengembangan usaha berarti mengembangkan produk atau teknologi baru dengan melakukan pengolahan terhadap produk yang dimiliki, kita bisa melakukan pembaruan terhadap produk agar berbeda dan terlihat lebih menarik dari produk yang lainnya, ataupun melakukan perbaikan terhadap produk agar dapat bersaing dengan produk-produk lain. Inti dari strategi dan cara mengembangkan usaha yang pertama ini adalah produk yang kita miliki harus bisa bersaing dengan produk lainnya dan membentuk citra yang baik di mata pelanggan sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga citra positif akan mendorong persepsi positif terhadap produk. Pada UKM Sinar Mentari dalam melakukan perbaikan produk yaitu mengubah kualitas kemasan yang dulu hanya menggunakan plastik biasa saat ini telah menggunakan plastik berlogo pada kemasannya.

Strategi pengembangan pasar dimana pengembangan dengan melakukan promosi atau penawaran secara konsisten maka para konsumen tidak mudah melupakan produk yang ditawarkan juga diharapkan produk dapat menjadi pertimbangan para konsumen dan dapat menambah saluran distribusi. Saluran distribusi dilakukan cara dengan menawarkan produk serta menjalin hubungan yang harmonis dengan para distributor agar usaha dapat berjalan lancar. Pada UKM Sinar Mentari dalam melakukan pengembangan pasar yaitu usaha pemasaran dengan memanfaatkan media sosial facebook dan membawakan secara langsung produknya ke toko-toko.

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi dilakukan dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen atau pelanggan juga perlu diadakan sehingga mereka dapat menilai langsung keunggulan kinerja produsen. Strategi pengembangan yang terkonsentrasi pada pelayanan yang maksimal hingga pengetahuan tentang perilaku pembeli apakah positif atau sebaliknya. Pada UKM Sinar Mentari dalam melakukan pengembangan yang terkonsentrasi yaitu pelayanan kepada konsumen dengan memberikan program hadiah setiap pembelian.

Strategi inovasi dalam rangka meningkatkan inovasi untuk dapat tetap bertahan dalam persaingan usaha, mengubah produk agar lebih baik dari sebelumnya agar terlihat lebih menarik dari produk lainnya. Inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau hasil produk saja, tetapi mencakup ide, teknologi, perilaku, dan praktek-praktek yang belum banyak digunakan oleh sebagian besar masyarakat tertentu. Pada

UKM Sinar Mentari dalam melakukan inovasi yaitu pada teknologi yang digunakan sudah menggunakan beberapa mesin, di antaranya mesin pemotong dan mesin pencampur bumbu.

Strategi intrategi integrasi horizontal yang terfokus pada penambahan usaha yang akan memproduksi produk sejenis di operasikan pada produk yang sama. Pada UKM Sinar Mentari yang dilakukan dalam memproduksi produk sejenis yaitu memproduksi keripik ubi, dan penambahan usaha yaitu menambah usaha dengan menambah varian rasa pada produk keripik ubi yang dioperasikan pada produk yang sama.

Usaha pun harus dibarengi dengan berusaha keras, bersungguh-sungguh, dan mau belajar. Ini harus dilakukan jika ingin usaha yang dirintis dapat berkembang, adapun inti dari strategi tersebut adalah bagaimana melihat jenis usaha dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan yang ada dan atau yang diharapkan oleh konsumen, menciptakan pasar baru, maupun menciptakan produk dengan karakteristik yang menarik konsumen.

Menurut Affuah (2004) pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen.

Keberhasilan pengembangan usaha yang telah ditemukan ialah strategi tersebut di atas mentransformasikan seluruh kegiatan produksi sehingga berjalan dengan baik. Membuat pengusaha berjuang mencari cara yang lebih baik untuk mencapai tujuan usaha serta memberikan hubungan yang baik dengan pihak dalam maupun dengan pihak di luar UKM Sinar Mentari agar dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan.