

PENDAMPINGAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNTUK UKM PRODUK TEMPE DI KAPASJAYA

Suparjo¹, Ni Luh Putu Hariastuti²

¹Fakultas Teknik, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
email : suparjo@itats.ac.id

² Fakultas Teknik, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
email :

RINGKASAN

Tempe dan tahu merupakan makanan yang digemari oleh banyak orang. Tempe merupakan masakan asli Indonesia. Tempe sangat mudah di buat menjadi masakan apapun, bahkan banyak yang menjadikannya sebagai pengganti daging. Industri kecil tahu dan tempe banyak tersebar di kawasan perkotaan sampai ke perdesaan. Usaha Kecil Membuat Tahu Tempe umumnya masih di buat dalam skala kecil, begitu juga dengan penjualannya yang langsung di kirim ke pasar tradisional sekitar usaha. Namun begitu, saat ini tahu dan tempe sudah banyak yang menembus pasar swalayan, mall dan pasar modern lainnya. Bahkan sudah ada yang mengeksport tempe dan tahu ke luar negeri dan membuka cabang produksi dan pemasaran disana. Melihat besarnya pasar yang masih tersedia, dan juga peluang peningkatan usaha menjadi lebih besar sebagai upaya meraih taraf hidup yang lebih baik, menjadi alasan kuat kegiatan pendampingan UKM ini dilakukan. Mitra adalah usaha kecil menengah yang menghasilkan tempe dan terletak ditengah kota, terhimpit dengan derasnya arus metropolis di Kota Surabaya. Tingginya persaingan dan juga tingginya arus modernisasi yang ada, mengharuskan mitra untuk terus berinovasi dan mengembangkan diri dalam memasarkan produknya agar dapat diterima pasar yang lebih luas lagi. Berdasarkan harapan meraih taraf hidup yang lebih sejahtera, maka pihak tim IBM melakukan beberapa kegiatan pendampingan untuk mewujudkan hal tersebut. Beberapa kegiatan pendampingan yang dilakukan antara lain adalah Perbaikan lay out **produksi** menjadi lebih nyaman bagi para pekerja, pelatihan dan pendampingan peningkatan ketrampilan SDM dalam bidang kemasan produk untuk mendaptkan produk yang lebih bersih dan sehat, Pengembangan desain, merk, legalitas / perijinan ke badan BPOM dan kemasan produk yang lebih hyginies sebagai alat promosi produk, dan Perluasan pemasaran produk ke pasar modern yaitu pasar swalayan.. Melalui kegiatan pendampingan harapan UKM menjadi home industri yang mandiri dan lebih dikenal masyarakat secara luas dapat tercapai sehingga tujuan akhir program meningkatkan taraf hidup UKM menjadi lebih sejahtera dapat terwujud.

Kata Kunci : Layout, Produksi, kemasan, desain.

1. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Industri tahu dan tempe merupakan industri kecil yang banyak tersebar di kota-kota besar dan kecil. Tempe dan tahu merupakan makanan yang digemari oleh banyak orang. Tempe, seperti juga tahu merupakan makanan khas tradisional nusantara. Tidak seperti tahu, tempe merupakan masakan asli Indonesia. Diperlukan waktu yang cukup lama untuk membuat tempe karena proses peragian dan menumbuhkan jamur pada tempe, walaupun sebetulnya proses

pembuatannya relatif lebih mudah di bandingkan tahu. Tempe sangat mudah di buat menjadi masakan apapun, bahkan banyak yang menjadikannya sebagai pengganti daging.

Industri kecil tahu dan tempe banyak tersebar di kawasan perkotaan sampai ke perdesaan. Tahu dan tempe merupakan panganan yang sudah lazim dikonsumsi oleh bangsa Indonesia. Karena besarnya pasar yang dapat menerima produk tahu dan tempe, maka industri ini tumbuh dan berkembang dengan mudah dimana saja di pelosok kota. Usaha Kecil Membuat Tahu Tempe umumnya masih di buat dalam skala kecil, begitu juga dengan penjualannya yang langsung di kirim ke pasar tradisional sekitar usaha. Namun begitu, saat ini tahu dan tempe sudah banyak yang menembus pasar swalayan, mall dan pasar modern lainnya. Bahkan sudah ada yang mengekspor tempe dan tahu ke luar negeri dan membuka cabang produksi dan pemasaran disana.

Mitra disini adalah UKM yang bergerak dalam bidang home industri pembuatan tempe. Terletak di jalan Kapasjaya Surabaya, mitra telah berdiri sejak tahun 2009 Sampai saat ini mitra telah mampu memproduksi tempe berkisar antara 50 – 150 kg perharinya dengan area pemasaran seluruh pasar yang ada di Surabaya, seperti pasar Sidotopo sampai pasar Kapas Krampung.

Adanya kemajuan teknologi baik dibidang teknologi produksi dan juga teknologi pengolahan pangan, pada dasarnya akan dapat mempermudah mitra dalam meningkatkan produktivitas, jika mitra mampu mengikuti perkembangan yang ada. Dengan segala keterbatasan yang ada, mitra telah menggunakan teknologi produksi yang lebih baik, walaupun tidak lagi memproduksi secara tradisional seperti mengupas kulit kedelai dengan menginjak – menginjak bahan baku, mitra disini telah menggunakan mesin pengupas walaupun masih digerakkan secara manual. Dari segi sanitasi lingkungan produksi, dengan keterbatasan ruang produksi yang ada, mitra masih perlu mendapatkan pembinaan. Tata letak fasilitas produksi yang masih tidak tertata dengan baik, mengakibatkan sirkulasi udara sangatlah panas. Tungku perebusan bahan baku masih menggunakan kayu bakar sehingga panas yang ditimbulkan menyebar keseluruh ruangan, belum lagi proses pengemasan bahan setengah jadi berdampingan dengan tungku perebusan, mengakibatkan tenaga kerja yang kebanyakan adalah laki – laki lebih senang bertelanjang dada dalam melakukan aktivitas kerjanya. Hal ini tentunya sangat tidak sehat dan tidak baik untuk kesehatan dan kebersihan produk yang dihasilkan. Harapan kedepan produk mitra selain memenuhi permintaan pasar tradisional, mereka juga dapat merambah pasar supermarket/mall mengingat pasar ini juga masih terbuka sangat lebar. Untuk itu nantinya dengan adanya pembinaan sanitasi dan perbaikan layout produksi akan dapat memperbaiki kualitas produk mitra. Dengan kualitas produksi yang lebih baik, menjadi pintu utama untuk mendaftarkan produk mitra ke badan BPOM dan mendapatkan label BPOM. Legalitas dari pemerintah ini, membuka peluang mitra mendapatkan kepercayaan konsumen atas produknya. Adanya pasar yang lebih luas, tentu pada akhirnya akan dapat meningkatkan kesejahteraan mitra sendiri.

Secara umum profil usaha mitra dapat dilihat sebagai berikut :

a. Lokasi Usaha

Mitra berlokasi di kecamatan Tambaksari Surabaya, tepatnya di di jalan Kapasjaya no 7 dan no 13 Surabaya. Jarak lokasi dari PT berkisar kurang lebih 4 KM.

b. Bahan Baku

Jenis bahan baku yang selama ini digunakan adalah kacang kedelai putih import dari Kanada. namun tidak menutup kemungkinan menggunakan kacang kedelai lokal jika bahan baku import dalam kondisi melambung tinggi atau langka dipasaran. selain bahan baku kedelai putih, dalam produksinya dibutuhkan pula ragi tempe sebagai bahan utama proses fermentasi jamur tempe. Berikut diberikan informasi berkaitan dengan bahan baku

c. Tenaga Kerja

Dalam pemenuhan terhadap SDM, saat ini mitra memiliki kurang lebih 5 - 8 tenaga kerja. Tenaga kerja yang diperoleh sebagian besar merupakan keluarga walupun ada beberapa yang

berasal dari luar keluarga. Sebagian besar usaha kecil produksi tempe adalah usaha keluarga, sehingga seluruh tenaga kerjapun merupakan keluarga yang berjalan secara turun temurun. Berikut adalah informasi jumlah tenaga kerja mitra.

d. Proses Produksi

Mitra memiliki beberapa alat produksi yang mendukung proses produksinya,. Beberapa mesin yang dimiliki mitra terjabarkan dalam tabel berikut :

Kapasitas produksi yang mampu dihasilkan dengan jumlah alat produksi yang ada perhari rata – rata 50 – 150 kg, sehingga dalam 1 bulan mampu menghasilkan kurang lebih 4-5 ton kg.

Beberapa peralatan produksi dan kegiatan mitra dalam proses produksinya dapat dijabarkan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Proses Produksi Tempe Mitra

e. Produk

Produk yang dihasilkan selama ini dominan adalah Tempe, karena memang mitra hanya memproduksi jenis tempe dengan kemasan plastic maupun tanpa kemasan.



Gambar 2. Jenis Produk yang mampu dihasilkan oleh UKM Mitra

Terkait dengan kemasan, mitra belum memiliki kemasan secara khusus atau spesifik mencerminkan produknya. Jika mitra ingin merambah pasar yang lebih luas lagi, yaitu merambah pasar supermarket / mall maka faktor kemasan merupakan faktor yang cukup penting untuk diperhatikan, mengingat dengan kemasan yang menarik dan juga adanya lebel BPOM, akan menjadi jaminan produk diterima konsumen dengan mudah. Selain itu merk dagang juga menjadi prioritas dalam hal mengenalkan produk kepada konsumen.

f. Pemasaran

Pemasaran produk sebagian besar untuk memenuhi kebutuhan pasar- pasar tradisional yang ada di sekitar Surabaya, selain juga memenuhi permintaan sekitar wilayah lokasi produksi. Pemasaran mitra masih belum meluas, dan masih belum terlalu dikenal oleh masyarakat, padahal dari segi rasa, tempe mitra cukup enak dan gurih jika telah diolah.

Dari proses pemasaran yang telah ada selama ini, mitra masih perlu dukungan riil didalam mewujudkan kegiatan pemasaran yang lebih aktif serta didukung oleh marketing tool yang jauh lebih memadai. Adanya keinginan mitra mengembangkan pasar mereka ke pasar swalayan yang cukup banyak tersebar di Surabaya, mengharuskan mitra memenuhi standard yang ditetapkan oleh pasar tersebut. Semisal kemasan dan juga standard produk seperti label BPOM sehingga kualitas produk dapat diterima konsumen.

2. Permasalahan Mitra

Berdasarkan eksisting dan analisis situasi yang telah dijabarkan diatas, maka secara umum dapat disampaikan beberapa permasalahan pokok mitra yang perlu segera diantisipasi, adapun permasalahan yang diperoleh dapat dijabarkan dalam tabel berikut :

1. Aspek Produksi

Tata letak fasilitas produksi yang masih belum tertata dengan baik, mengakibatkan tempat produksi tidak nyaman bagi para pekerja.

Minimnya fasilitas produksi seperti tungku perebusan yang masih menggunakan kayu bakar, mengakibatkan suhu udara didalam ruang produksi menjadi sangat tinggi. Hal ini sangat berpengaruh pada tingkat produktivitas kerja karyawan, karena ketidaknyamanan ruang produksi mengakibatkan rendahnya aktivitas kerja karyawan.

Pada proses pengemasan, mitra masih menggunakan pelita dari obor kecil untuk merekatkan plastik pembungkus produk. Mitra sangat memerlukan adanya mesin press untuk menunjang kebersihan dan kualitas produknya sampai kepada konsumen, apalagi konsumen yang hendak diraihnya adalah konsumen menengah keatas yaitu pada pasar swalayan / mall.

Minimnya pengetahuan mitra dalam hal sanitasi dan kesehatan lingkungan kerja, mengingat lingkungan kerja yang ada selama ini sangat panas dan kurangnya sirkulasi udara dimana hal ini sangat mempengaruhi aktivitas kerja karyawannya.

2. Aspek Pemasaran

Hanya memenuhi permintaan pasar –pasar tradisional di sekitar lokasi produksi dan pasar Surabaya

Masih terbuka lebar pasar yang bisa dilayani oleh mitra termasuk pasar menengah keatas yaitu pasar swalayan dan mal-mal yang cukup banyak terdapat di Surabaya.

Kurangnya promosi yang dilakukan dalam mengenalkan produk mereka ke konsumen.

Tidak adanya alat –alat pendukung promosi yang signifikan untuk mengenalkan produk UKM ke masyarakat.

Kurangnya pengetahuan UKM dalam kegiatan promosi produk

3. Aspek Tempat / lokasi UKM

Masih berkesan kampung dan belum terlalu dikenal masyarakat pada umumnya

Lokasi berada di dalam kota Surabaya

3. TARGET DAN LUARAN

Dari kesepakatan pendampingan yang akan diberikan sebelumnya dimana terdapat tiga aspek utama yang menjadi prioritas kegiatan pendampingan , maka disini akan diuraikan secara detail target luaran yang diharapkan dari masing - masing aspek dimensi bisnis yang terpilih seperti pada tabel berikut :

Aspek Produksi

- Lay out proses produksi yang lebih optimal dengan me-relayout kembali fasilitas produksi yang ada, khususnya proses pengemasan dengan proses perebusan agar tidak berdekatan

- serta minimalisasi suhu udara yang tinggi dengan mengganti bahan bakar kayu dengan 1 unit perangkat bahan bakar gas
- 2 unit mesin press sebagai pengganti pelita/obor dalam usaha menjaga kebersihan produk
- Memberikan penyuluhan kepada mitra dalam usaha menambah pengetahuan mitra tentang kesehatan dan sanitasi lingkungan kerja.

Aspek Pemasaran :

- Mendaftar produk mitra ke badan BPOM sehingga mendapatkan label BPOM sebagai langkah awal mengenalkan produk ke pasar yang lebih luas.
- Memperbaiki proses kemasan produk sehingga memberikan penampilan produk yang lebih menarik.
- Mengoptimalkan kegiatan promosi dengan memberikan 100 unit brosur sebagai usaha mengenalkan produk mitra ke pasar yang lebih luas.

4 METODE PELAKSANAAN

Solusi yang ditawarkan

Solusi yang ditawarkan pada program ini adalah mengacu kepada tujuan program dan permasalahan – permasalahan yang ditemukan, dilapangan. Berdasarkan atas pantauan dilapangan, terdapat beberapa peluang yang bisa menjadi dasar bagi solusi yang akan ditawarkan yaitu ,antara lain :

1. Prospek pasar masih cukup besar, mengingat kebutuhan akan tempe dan tahu semakin hari semakin tinggi.
2. Harga jual produk masih terjangkau oleh masyarakat secara luas.

Berdasarkan peluang tersebut dan sesuai dengan target luaran yang diharapkan, maka Beberapa solusi yang bisa ditawarkan, dinyatakan berikut : :

Aspek Produksi :

- Memperbaiki dan membenahi lay out produksi sehingga menjadi lebih nyaman
- mengganti bahan bakar kayu dengan gas
- Mengganti pelita/ obor dengan alat / mesin press
- Penyuluhan tentang sanitasi lingkungan kerja

Aspek Pemasaran :

- Memperluas pasar yang dapat dilayani mitra salah satunya pasar – pasar swalayan ataupun mall
- Membantu mempromosikan produk UKM dengan menyebarkan brosur ke pasar swalayan atau mall

Membantu mitra dalam mendaftarkan produknya ke badan legalitas produk (BPOM) sehingga aman dan layak untuk dikonsumsi

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan Kegiatan Pengabdian, ini terdapat beberapa hasil yang telah di capai. Kegiatan IBM yang dilaksanakan sejalan dengan solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang di capai mitra. Berikut adalah solusi beserta kegiatan IBM yang telah dilaksanakan.

Tabel 1. Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dalam Pemasaran Tempe Pada

Industri Rumah Tangga di Kapas jaya

Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
Kondisi Keuangan	- Modal awal sendiri	- Terbatasnya modal operasional
Pemasaran	- Pengusaha menjual sendiri	- Kurang promosi

		- Kurang alat transportasi - Pemasaran kebanyakan di tingkat lokal
Sumber Daya Manusia	- Sudah lama mengusahakan - Anggota keluarga yang ikut serta dalam proses produksi banyak	- Kurang tenaga profesional - Latar belakang pendidikan rendah
Produksi	- Kualitas terjaga - Kontinuitas produksi Terjaga	- Kuantitas kurang
Manajemen	- Pengaturan produksi dan pemasaran lancar	- Manajemen sederhana dan kurang perencanaan
Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Kebijakan Pemerintah	- Pinjaman modal, penyuluhan, dan ajang promosi dari pemerintah	- Penyuluhan pemerintah kurang diterima pengusaha - Peminjaman modal kurang merata
Pesaing	- Koordinasi antar pengusaha keripik tempe	- Persaingan produk antar daerah
Bahan Baku	- Bahan baku selalu ada	- Musim tertentu kurang persediaan
Konsumen	- Minat konsumen tinggi - Banyak konsumen diluar daerah - Permintaan meningkat pada musim tertentu	- Konsumen kurang berminat saat bukan hari besar atau hari libur
Sosial Budaya	- Kegunaan keripik tempe bagi konsumen	- Kemasan kurang baik sebagai oleh-oleh

Tabel 2. Rekapitulasi Rancangan Hasil Yang Dicapai

NO	RINCIAN KEGIATAN	PENCAPAIAN RENCANA KEGIATAN	KENDALA
1	Perbaikan dan pembenahan layout Produksi	Proses Rabat lantai produksi untuk menghindari lantai becek / kotor akibat proses pencucian bahan baku serta proses desain rak penyimpanan produk jadi	Telah Terealisasi
2	Peningkatkan kegiatan dan produktivitas kegiatan Produksi	Merancang dan merealisasikan mesin penggiling bahan baku untuk mempermudah proses produksi.	Telah Terealisasi
3	Perbaikan proses pengemasan produk	Dilakukan proses pengadaan mesin press untuk kemasan produk. Mesin press digunakan untuk menggantikan sistem pengemasan yang dilakukan secara manual menggunakan obor atau pelita.	Susahnya merubah mindset para UKM dalam menggunakan alat baru. Merubah kegiatan yang sudah biasa dilakukan dengan peralatan baru, masih membutuhkan penyesuaian bagi tenaga kerja.
4	Peningkatan dan perbaikan Display produk	Melakukan kegiatan pelatihan bagi mitra dalam hal proses desain kemasan produk dan	Kegiatan Workshop Kemasan Produk bagi UKM telah terealisasi

		pengenalan merk	
5	Perluasan pasar sasaran	Mengikuti kegiatan pameran produk melalui acara festival Nasional Anak Soleh (FASH) Surabaya	Kegiatan Pameran Produk melalui kegiatan Bazar FASH telah terealisasi
6	Pendampingan pengurusan legalitas produk mitra	Mendaftarkan produk mitra ke dinas kesehatan untuk mendapatkan nomor P-IRT	Dalam proses pengajuan, masih menunggu persyaratan yang harus dilengkapi
7	Pengadaan fasilitas produksi sebagai usaha meningkatkan produktivitas kerja UKM	Diberikan bantuan berupa panci/tong masak bahan baku, kompor dan juga tabung gas sebagai pelengkap alat –alat produksi yang ada selama ini.	Pengadaan Fasilitas produksi telah terealisasi. Tingginya biaya bahan bakar gas yang harus dikeluarkan bila dibandingkan dengan bahan baku kayu membuat salah satu mitra kesulitan untuk melakukan perubahan.

Kesimpulan

Dari kegiatan pendampingan yang selama ini dilakukan, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Perlunya motivasi bagi UKM dalam usaha meningkatkan ketrampilan dan kualitas SDM, mengingat selama ini SDM yang ada belajar secara otodidak
2. Perlunya kegiatan pendampingan terhadap UKM secara berkelanjutan untuk menjamin tercapainya tujuan yang di inginkan dari seluruh aspek pendampingan yang dilakukan
3. Pendampingan dan bantuan *deferensiasi marketing tools*, seperti pemberian brosur, akan dapat membuka lebih luas pasar yang mampu dilayani oleh UKM.
4. Perlunya legalitas terjaminnya produk yang dipasarkan mengingat produk UKM termasuk dalam produk makanan.

Lampiran gambar kegiatan :



Gambar 3 Realisasi Rabat lantai perbaikan lantai tempat Produksi



Gambar 4. Realisasi Rak Penyimpanan Produk Jadi dan Sarana Pemasaran



Gambar 5. Kegiatan Pendampingan Workshop Kemasan Produk bagi UKM

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma, 2005, **Kewirausahaan**, Alfabeta, Bandung,
REPUBLICA.CO.ID, *YLKI Minta BPOM Tindaklanjuti Temuan Pangan Tanpa Label*, Selasa,
26 Oktober 2010
Rangkuti Freddy, 1997, **Riset Pemasaran**, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
Tri Radiyati et.al.1992, Pengolahan Kedelai. Subang: BPTTG Puslitbang Fisika Terapan – LIPI.
www.caramembuattempe.com
www.gizi.