

## **ANALISIS USAHA TEMPE DI KOTA TANJUNG PINANG PROVINSI KEPULAUAN RIAU**

### **TEMPE BUSINESS ANALYSIS IN TANJUNG PINANG CITY PROVINCE OF RIAU ISLAND**

**Dwi Vita Lestari Soehardi<sup>1</sup>, Satriadi<sup>2</sup>, Nia Anggraini<sup>3</sup>,**

<sup>1</sup>Manajemen Bisnis Syariah, STAIN Sultan Abdur Rahman Kepulauan Riau

<sup>2</sup>Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang

<sup>3</sup>Manajemen, STIE Persada Bunda Pekanbaru

**Email :** dwi\_vita@stainkepri.ac.id; satriadi456@gmail.com, anggraininia87@yahoo.com

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas tentang proses produksi, distribusi, serta peluang dan tantangan terhadap usaha tempe UMKM yang ada di kota Tanjungpinang. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi yakni pengamatan langsung, teknik wawancara dan dokumentasi. Sedangkan untuk menganalisa data, dengan cara mereduksi data, penyajian data dan membuat kesimpulan, dan untuk pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi. Berdasarkan analisis yang dilakukan, diketahui bahwa: Proses produksi tempe harus ada tempat khusus dan bersih, menyiapkan bahan seperti kedelai, ragi, plastik atau daun pisang. Proses pembuatan tempe dimulai dari kedelai direbus selama kurang lebih 2-4 jam, direndam satu malam, setelah itu dicuci hingga bersih dan dibuang kulitnya. Kemudian ditiriskan beberapa jam sampai dingin agar siap diaduk bersama ragi dan siap dicetak, serta disimpan ditempat khusus dengan rapi. Distribusi tempe dilakukan setelah tempe disimpan selama satu hari, maka tempe siap dipasarkan. Peluang usaha tempe tidak terlalu besar, dikarenakan tempe merupakan makanan pokok yang biasa masyarakat konsumsi.

**Kata Kunci : Usaha Tempe, Kota Tanjungpinang**

#### ***ABSTRACT***

*This study discusses the process of production, distribution, as well as opportunities and challenges for tempe businesses of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the city of Tanjungpinang. This research is a qualitative research. The technique of collecting data by means of observation is direct observation, interview techniques and documentation. Meanwhile, to analyze the data, by reducing the data, presenting the data and making conclusions, and for checking the validity of the data using triangulation. Based on the analysis carried out, it is known that: The tempe production process must have a special and clean place, prepare materials such as soybeans, yeast, plastic or banana leaves. The process of making tempeh starts from boiling soybeans for approximately 2-4 hours, soaking it for one night, then washing it clean and removing the skin. Then drain it for a few hours until it cools so it's ready to stir with yeast and ready to be printed, and stored in a special place neatly. The tempe distribution is carried out after the tempe has been stored for one day, so the tempe is ready to be marketed. Tempe business opportunities are not too big, because tempe is a staple food that people usually consume.*

**Keywords: Tempe Business, Tanjungpinang City**

## PENDAHULUAN

Dunia usaha merupakan salah satu sisi kehidupan manusia yang dengan menjalankan roda usaha harus sesuai dengan norma dan aturan dalam Islam. Dalam membangun usaha dan harus memperhatikan nilai-nilai Islam seperti nilai Aqidah, Syariah dan Akhlak untuk bisa memberikan batasan dalam menjalankan usaha tersebut. Dawwabah (2006: 15) mengungkapkan bahwa seorang pelaku usaha dalam berupaya untuk mewujudkan tujuan, dan harus menyadari bahwa harta bukan hanya sekedar sebuah sarana, bukan sebagai tujuan agar dia bisa memetik hasilnya dan menjadi kebaikan untuk dirinya.

Pesatnya perkembangan dunia usaha, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan usahanya di kota besar maupun di kota kecil, termasuk di Tanjungpinang. Salah satu usaha yang sedang berkembang adalah usaha makanan. Apabila kita mencermati pertumbuhan usaha kuliner sungguh sangat signifikan meningkat jumlahnya, begitu banyak masyarakat membuka usaha tersebut, bahkan berbagai macam varian menu, dan berbagai cara mengkreasikan usaha mereka.

Kegiatan usaha selalu memegang peranan penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sehingga tidak diragukan lagi apabila banyak masyarakat yang terlibat dalam kegiatan usaha. Perkembangan dunia usaha saat ini menunjukkan adanya gejala persaingan yang meningkat. Para pengusaha saling berlomba untuk menjual produk sebanyak-banyaknya kepada konsumen yang membutuhkan.

Saat ini, masyarakat sudah banyak yang bergabung dengan kelompok-kelompok usaha yang kita kenal dengan sebutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sebagaimana Mulyani Sri (2016) mengungkapkan, bahwa peran UMKM di Indonesia sangat besar. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian negeri ini. Menteri Keuangan (MenKeu) mengajak komunitas muslim untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Karena menurutnya, peran UMKM tidak bisa dianggap kecil. UMKM di banyak negara mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara berkesinambungan. Selain itu, UMKM selama ini telah berkontribusi besar terutama dalam penciptaan lapangan kerja, dan menyelamatkan sebuah negara dari badai ekonomi.

Tempe merupakan salah satu produk lokal Indonesia yang sudah mendunia, Penghasil kedelai utama adalah Amerika Serikat dan termasuk eksportir kedelai terbesar di dunia. Indonesia dikenal sebagai produsen tempe terbesar di dunia

dan menjadi pasar kedelai terbesar di Asia. Menurut Atris Suyantohadi (2017), Indonesia merupakan produsen kedelai terbesar di kawasan ASEAN, namun importasinya juga paling besar. Tahun ini, impor kedelai Indonesia diperkirakan sebesar 1,96 juta ton dan tahun depan diproyeksikan meningkat menjadi 1,99 juta ton. Sebagian besar kedelai diimpor dari Amerika, Kanada, Argentina dan Brasil yang bersifat transgenik.

Menurut Rustono (2018) seorang pengusaha tempe sukses di Jepang mengatakan “Cita rasa dari tempe yang sederhana membuat warga dunia jatuh cinta. Sehingga kini penikmatnya terus meningkat. Pencinta tempe di luar negeri bahkan menjulukinya sebagai “*magic food*”, alias makanan ajaib”. Dan tempe tidak lagi menjadi bahan alternatif bagi masyarakat Indonesia ataupun masyarakat tidak mampu membeli daging sebagai lauk pauk. Tetapi dengan adanya kesadaran masyarakat akan manfaat tempe menjadi satu kebutuhan sehingga tidak sedikit orang mengambil hal ini sebagai peluang usaha, tempe merupakan salah satu makanan tradisional yang diminati dan disukai banyak orang. Selain rasanya nikmat, harganya murah dan nilai gizinya juga cukup tinggi.

Perkembangan usaha tempe yang dirasakan oleh para pembuat tempe dan sebagian besar masyarakat di Kota Tanjungpinang dari hari ke hari semakin berkembang dengan baik. Selain harganya yang relatif murah dan terjangkau untuk semua kalangan masyarakat, dari segi pengolahan, pengemasan, dan distribusi yang mudah juga memicu berkembangnya usaha tempe itu sendiri.

Berkembangnya berbagai kegiatan di bidang usaha, maka sektor wirausaha lokal khususnya dibidang usaha tempe ini memiliki prospek usaha tempe di Kota Tanjungpinang yang dirasa semakin berpotensi sebagai salah satu usaha yang menjanjikan untuk ditekuni. Setiap usaha tidak terlepas dari permasalahan. Menurut Sri Mulyani “Permasalahan yang saat ini dihadapi UMKM adalah seringkali pembiayaan dana komersil dengan *cost of capital* (biaya modal) yang relatif tinggi, persyaratan sangat selektif dan jumlah yang tidak mencukupi serta kadang kala salah sasaran, sehingga program permodalan tidak dapat memberikan manfaat yang optimal pada pengembangan UMKM”. Harga bahan baku semakin meningkat dan menjadi perbincangan bagi pekerja tempe sehingga meresahkan mereka dalam keuntungan yang menipis. “Melambungnya harga kedelai impor di pasaran yang mencapai Rp. 11.000 hingga Rp.12.000 per kilogram berdampak pada hasil produksi pengrajin tempe. Selain harga yang tinggi, sulitnya memperoleh bahan baku juga

berpengaruh pada perputaran modal. Dede menyebutkan, mengoplos kedelai dilakukannya karena terbentur masalah modal, selain itu dia juga bisa menghemat stok kacang kedelai dari Amerika”.

Mengingat pembuatan tempe membutuhkan bahan mentah atau bahan baku, yakni kedelai, untuk memenuhi itu, peengusaha tempe harus bekerja keras untuk menemukan kedelai yang berkualitas namun harganya tetap terjangkau. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Sobirin (2018) bahwa “Harga kedelai terus naik di pasar dari sebelumnya Rp.7,35 juta per ton, karena sudah sekitar 7,5 juta per ton, jelas sekali dampaknya bagi para pengrajin tempe seperti saya”. Selain itu peneliti juga menemukan permasalahan pekerja tempe di Kota Tanjungpinang terkait permodalannya yang masih menggunakan modal pribadi dan peralatan yang masih menggunakan cara manual atau tradisional. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena ingin mengetahui proses produksi tempe yang ada di Kota Tanjungpinang, Ingin mengetahui distribusi tempe oleh usaha tempe dan untuk mengetahui peluang dan tantangan terhadap usaha tempe.

## KAJIAN TEORI

### a. Pengertian Usaha

Giffin & Ebert (2003: 6) usaha adalah Suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud untuk mendapatkan laba. Dari defenisi tersebut terkandung dua pengertian dasar mengenai usaha yaitu: pertama sesuatu dikatakan usaha bila yang diusahakan adalah barang atau jasa dengan kata lain tanpa adanya barang atau jasa suatu usaha tidak bisa dikatakan usaha. Pengertian kedua adalah suatu usaha dikatakan bisnis bila usaha tersebut dimaksudkan untuk memperoleh laba dengan kata lain bila suatu usaha tidak dimaksudkan untuk memperoleh laba maka usaha itu bukanlah usaha.

Issakh & Mimi (2014: 4) usaha adalah terdiri dari semua aktivitas yang bertujuan mencari laba dan perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh individu tidak terbatas karena, kodrat manusia, faktor alam dan lingkungannya, untuk memenuhi kebutuhan kehidupan manusia yang diterapkan oleh banyak perusahaan dalam dunia usaha. Sementara Hughes dan Kapoor dalam alma, dalam buku widiyono (2013: 2) menyatakan bahwa usaha merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

### b. Etika usaha

Menurut Kasmir (2011: 23) pengertian etika adalah tata cara berhubungan dengan manusia lainnya terutama etika atau norma-norma yang berlaku dimasyarakat usaha, etika atau norma-norma ini digunakan agar para pengusaha tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan dan usaha yang dijalankan memperoleh simpati dari berbagai pihak.

Etika usaha terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku usaha yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha. Kebenaran disini yang dimaksud adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diikuti prinsip-prinsipnya baik oleh masyarakat perusahaan dan individu. Banyak perusahaan yang kurang sukses dalam berusaha dikarenakan kurang jujur terhadap konsumen dan tidak menjaga atau memelihara kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen. Dalam hal ini peran manajer sangat penting dalam mengambil keputusan-keputusan usaha secara etis.

Dari beberapa pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika bisnis merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan cara melakukan suatu kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang masih berkaaitan dengan masyarakat. Dan bisa juga diartikan dengan ilmu pengetahuan tentang tata cara ideal dalam pengaturan dan penglahan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara ekonomi maupun sosial.

### c. Strategi Usaha

Bukan hanya perusahaan besar yang membutuhkan strategi dalam mengembangkan usahanya. UMKM pun harus mulai memikirkan strategi apa yang harus dilakukan agar produk yang dijual dapat berkembang. Kualitas produk dengan fitur yang unik akan dengan mudah menciptakan loyalitas pelanggan. Jika dilengkapi dengan strategi yang kreatif, tentu bisnis akan berkembang dan omzet bisa naik berkali-kali lipat.

### d. Pengertian Produksi

Menurut Masyhuri (2007: 123) produksi merupakan keterkaitan komponen satu (*input*) dengan komponen lain (*output*) dan juga menyangkut ‘prosesnya’ terjadi interaksi satu dengan lainnya untuk mencapai satu tujuan. Komponen input meliputi : tanah, tenaga kerja, modal, manajemen, energi, informasi dan sebagainya yang ikut berperan menjadi komponen atau bahan baku di suatu produk. Sedangkan komponen output adalah barang dan jasa dengan proses dalam mentransformasi input, pengalaman proses itu sendiri, dan pengendalian teknologi sebagai upaya umpan balik dari output ke input.

Issakh & Mimi (2014: 357) Produksi adalah pengubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen. Hasil itu dapat berupa barang atau jasa.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa produksi merupakan proses penambahan daya guna suatu barang atau jasa atas faktor-faktor produksi dan menciptakan sesuatu yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan manusia. Komponen *input* meliputi : tanah, tenaga kerja, modal, manajemen, energi, informasi dan sebagainya yang ikut berperan menjadi komponen atau bahan baku di suatu produk yang akan menghasilkan suatu barang.

#### e. Distribusi

Lancarnya arus barang maupun jasa dari produsen kepada konsumen, maka faktor yang tidak boleh diabaikan adalah faktor saluran distribusi. Faktor ini termasuk dalam kegiatan distribusi antara lain adalah saluran distribusi, lokasi, transportasi dan sebagainya. Dalam rangka memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke tangan konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah saluran distribusi yang tepat. Saluran distribusi merupakan lembaga yang melakukan semua kegiatan atau fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Kasmir (2011: 195) distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen terakhir. Distribusi dapat pula diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Panjang atau pendeknya jalur yang digunakan perlu dipertimbangkan secara matang. Buharuddin mengatakan Dalam strategi saluran distribusi terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Strategi yang dijalankan tersebut akan memberikan banyak manfaat dalam berbagai hal, seperti:

1. Melayani konsumen secara cepat
2. Menjaga mutu produk agar tetap stabil
3. Menghemat biaya
4. Menghindari pesaing

Menurut Widiyono dan Pakkanna Mukhear (2013: 145) distribusi produk salah satu fungsi penting dari pemasaran adalah menyalurkan produk dari lokasi ke berbagai lokasi dimana konsumen berada, pendistribusian produk perlu 2 (dua) aspek untuk menentukan institusi yang akan melakukan kegiatan mendistribusi produk, cara menyimpan (penggudangan) dan alat-alat pengangkutan yang akan mendistribusikan produk (barang) dari pabrik perusahaan ke institusi yang membantu memasarkan barang pada konsumen. Menurut Ita (2012:81), Strategi pemasaran adalah

mengalokasikan dan mengkoordinasi sumber daya dalam kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan dari dalam produk-pasar spesifik. Terutama pemasaran, yaitu: produk, harga, penempatan, dan promosi yang dirancang untuk kebutuhan dan keinginan dari pelanggan-pelanggan potensial di dalam pasar sasaran.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam sistem pemasaran karena distribusi yang efektif dan efisien, seperti : produk, harga, penempatan, dan promosi yang dirancang untuk kebutuhan dan keinginan dari pelanggan-pelanggan. Maka barang akan cepat dipasarkan dan selanjutnya akan dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen. distribusi juga dapat kita artikan cara menentukan metode dan jalur yang sekarang digunakan dalam menyalurkan produk ke pasar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Menurut Tungga dkk (2014: 12) penelitian kualitatif pengumpulan data pada suatu latar ilmiah dengan menggunakan metode ilmiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara ilmiah dalam peneliti ini memberi gambaran bahwa mengutamakan latar ilmiah, metode ilmiah, dan dilakukan oleh orang yang mempunyai perhatian ilmiah, agar hasilnya dapat digunakan untuk menafsirkan fenomena dan dimanfaatkan adalah dengan wawancara, pengamatan, dan pemantauan dokumen (dokumentasi). Adapun yang akan penulis ungkapkan dalam penelitian ini adalah Analisis Usaha Tempe di Kota Tanjungpinang.

Menurut Zuriyah (2009: 47) penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, dan kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi pada daerah tertentu.

Metode penelitian kualitatif adalah aturan dalam suatu penelitian untuk menghasilkan data deskriptif. Sedangkan metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk gambaran tentang penelitian, karena penelitian ini bertujuan mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh objek yang dimaksud. Sedangkan penelitian ini berlokasi di Kota Tanjungpinang.

Adapun metode pendekatan yang dapat dilakukan dalam proses pengumpulan data yang bersifat primer ini dengan menggunakan, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh peneliti berasal dari para pemilik usaha tempe beserta karyawan yang berada di kota Tanjungpinang.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk data yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Data seperti ini sudah dikumpulkan pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan untuk keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ialah menggunakan foto dan catatan lapangan dan wawancara mendalam, guna memperkuat kekuatan data yang diperoleh. Menurut Menurut Sugiyono (2009: 249) Teknik analisis data kualitatif terdapat alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Aktivitas dalam analisis data yaitu: Kondensasi Data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan/verifikasi dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil dari wawancara peneliti kepada pemilik usaha tempe. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan Triangulasi dan Member Check.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

Sebagaimana teknik penelitian ini, maka data yang dihasilkan peneliti berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dipaparkan secara deskriptif, artinya data-data dari hasil wawancara akan di jelaskan apa adanya (alami) sesuai dengan hasil peneliti dalam melakukan wawancara pada beberapa narasumber, baik wawancara yang

dilakukan di rumah pemilik usaha ataupun di tempat usaha produksi tempe itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara ini, diharapkan informasi dan data yang diperoleh bermanfaat bagi pembaca dan juga memberikan pengetahuan dalam pandangan ekonomi Islam yang berkaitan dengan persaingan bisnis, khususnya berkaitan dengan Analisis Usaha Tempe di kota Tanjungpinang.

Mengenai hasil wawancara yang akan dijelaskan pada penyajian data ini, peneliti hanya fokus pada tiga pertanyaan penelitian, yaitu untuk mengetahui proses produksi tempe yang ada di kota Tanjungpinang, untuk mengetahui distribusi tempe oleh pengusaha tempe dan untuk mengetahui peluang dan tantangan terhadap usaha tempe.

Paparan data penelitian dimaksudkan untuk menggambarkan secara rinci dalam temuan yang telah diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti. Paparan data ini tentunya dilakukan secara sistematis artinya data yang diperoleh di lapangan akan dipaparkan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan pada bagian terdahulu. Untuk lebih jelasnya teknis pemaparan data penelitian akan peneliti uraikan di bawah ini.

Data yang diperoleh peneliti adalah data yang berhubungan dengan fokus yang dijabarkan ke dalam pertanyaan penelitian tentang proses produksi tempe yang akan peneliti jelaskan berikut ini

Data Nama dan Tempat usaha tempe Kota Tanjungpinang

No.	Nama	Alamat
1.	Ibu Nia	Jl. Pembangunan Gg. Saptamarga
2.	Bapak Sarsono	TPI
3.	Bapak Nunung	Jl. Pramuka samping Gg. Sukun
4.	Bapak Abdul Karim	Jl. Pembangunan kompleks Arini Residence II
5.	Bapak Asbulah	Jl. Pembangunan
6.	Mbah Giem	Jl. Pramuka Gg. Perintis 2

Data untuk wawancara tentang proses produksi tempe berisikan tentang data jumlah karyawan, keahlian yang dimiliki karyawan, serta jenis kelamin karyawan kemudian selain itu data pada poin ini berisi wawancara tentang jumlah modal usaha, serta sumber modal usaha di lanjutkan dengan manajemen pengerjaan dan sumber energi yang di peroleh untuk memproduksi, di lengkapi dengan data wawancara informasi cara memproduksi, dan bahan baku. Untuk data pendistribusian usaha tempe wawancara berisikan data bagaimana cara menyimpan bahan baku, alat

pengangkutan untuk mendistribusi produk dan strategi produksi yang masing-masing terdiri dari beberapa pertanyaan. Di lanjutkan dengan data wawancara tentang peluang dan tantangan usaha tempe yang mana di dalam wawancara tersebut memberi pertanyaan seputar peluang usaha menurut owner seain itu juga peneliti mengajukan pertanyaan wawancara yang berkaitan dengan daya saing, tantangan merekrut karyawan bertalenta, strategi bisnis serta manajemen arus kas atau laporan keuangan.

## PEMBAHASAN

Setelah pemaparan data hasil penelitian, maka pada bagian ini peneliti melakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh di lapangan, baik dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi. Kemudian pada pembahasan ini, peneliti akan menganalisis data dengan mengaitkan paparan data dan teori- teori yang berkenaan dengan fokus penelitian. Untuk lebih jelasnya, peneliti akan menguraikan berdasarkan fokus penelitian sbb:

### 1. Proses Produksi

#### a. Tenaga Kerja

Tenaga kerja dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengelola sumber daya alam tersebut dengan menggunakan tenaga dari manusia atau biasa disebut dengan sumber daya manusia. Pada faktor ini ada pengelompokan tersendiri tenaga kerja yaitu berdasarkan sifat, kemampuan atau kualitasnya. Dari keenam pengelola usaha tempe yang ada di Kota Tanjungpinang, tidak semuanya memiliki tenaga kerja, seperti: Ibu Nia, Mbah Giem dan Bapak Nunung, mereka mengatakan tidak perlu memiliki karyawan. Mereka mengatakan pekerjaan ini bisa ditangani tanpa karyawan karena pembuatan tempennya tidak dalam jumlah yang banyak. Berbeda dengan usaha tempe lainnya, seperti: Bapak Abdul Karim, Bapak Sarsono dan Bapak Asbulah yang memiliki tenaga kerja. Hal ini dikarenakan usaha pembuatan tempe ini, tidak diharuskan memiliki keahlian. Menurut mereka yang diutamakan hanyalah kemauan dalam bekerja, rajin, jujur dan pandai dalam mengolah tempe yang sudah diajarkan sebelumnya. Begitu juga dengan pembagian tugas dalam bekerja mereka harus bekerja sama dalam hal pekerjaan. Tenaga kerja berperan penting dalam menjalankan proses produksi, salah satu pemilik usaha mengatakan bahwa perempuan hanyalah bisa bekerja di rumah saja, berikut ungkap Pak Abdul Karim, menanyakan tentang adakah perbedaan pekerja laki-laki dan perempuan, *“Tak pernah kami melibatkan tenaga perempuan, karna perempuan tu khusus kerje di rumah nyuci baju, inikan kerjaan laki-laki”*.

#### b. Modal Usaha

Dalam menjalankan usaha, yang penting dibutuhkan adalah modal, jika kita mengibaratkan memulai usaha dengan membangun sebuah rumah, maka modal adalah bagian dari pondasi rumah yang akan dibangun. Dari enam pemilik usaha tempe yang ada di Kota Tanjungpinang, ada yang memiliki modal usaha Rp300.000,- bahkan ada

yang sampai Rp40.000.000,- Modal yang diperoleh pemilik usaha tempe yang ada di Kota Tanjungpinang ini adalah modal sendiri. Dan ada salah satu pemilik usaha tempe seperti Ibu Nia yang pernah mengajukan pinjaman ke bank berikut ungkapan *“Tidak ada, Ibu pernah mengajukan pinjaman ke bank sebesar 10.000.000, tapi hanya bisa dipinjamkan 5.000.000,”* Namun tidak sama dengan yang dialami Pak Asbulah, beliau memperoleh pinjaman dari bank sesuai dengan yang diajukan.

#### c. Manajemen

Di dalam usaha tidaklah mudah untuk menghasilkan tempe, harus tahu cara pengolahannya seperti yang diungkapkan oleh salah satu pemilik usaha tempe bernama Bapak Sarsono yaitu *“Dari kedelai direbus minimal empat jam, direndam satu malam, setelah itu dicuci, ditiriskan sebentar, terus dikasi ragi, didiamkan selama tiga jam, terus dicetak. Besok jam delapan siap dijual”*. Sama dengan diungkapkannya, bagaimana menjaga kualitas tempe *“Selain nyucinya harus bersih artinya air sampek bening, asal jangan terlalu panas, kalau cuaca panas kami memainkan dalam ragi. Kalau cuaca panas kurangi ragi, jika musim hujan banyakin ragi, kemudian plastik dan daun juga harus dilobangi. Kadang kalau salah lubangin jamur tdk keluar. Kalau yang sudah pengalaman pasti tahu cara lubangin”*.

#### d. Energi

Sumber energi yang dibutuhkan dalam pembuatan tempe tidaklah sulit, hanya saja bagi pemilik harus tahu cara memprediksi cuaca saat ini. Jika cuaca panas mereka mengurangi butiran ragi tempe, dan jika cuaca hujan butiran ragi ditambahkan. Dan yang terpenting hanyalah mereka harus mahir dalam mengontrol suhu tempe, kalau cuaca terlalu panas tempe dapat mengeluarkan keringat dan menghasilkan rasa asam yang berlebihan dan tempe juga tidak dapat mengeluarkan jamur dengan sempurna, salah satu pemilik usaha tempe ini mengaturnya dengan menggunakan kipas angin. Bahan bakar yang diperlukan dalam membuat tempe ialah kayu bakar dan gas, tetapi rata-rata pemilik usaha tempe yang ada di Kota Tanjungpinang menggunakan kayu bakar. Karena menurut mereka menggunakan kayu bakar akan menghasilkan tempe yang lebih enak dibandingkan menggunakan sumber energi, gas atau alat lainnya. Sebagian mereka menggunakan gas untuk memasak kacang kedelai bagi mereka yang kehabisan kayu bakar, itupun bagi pemilik usaha tempe rumahan saja yang menggunakannya.

Biaya bahan baku dan listrik dari keenam pemilik usaha tempe rata-rata kurang lebih 12.000.000 yang harus di keluarkan setiap bulannya.

#### e. Informasi

Menurut Bapak Abdul Karim mengenai informasi yang dibutuhkan terkait dengan informasi *“Kalo informasi tentang tempe palingan informasi tentang kacang dari teman yang sama-sama usaha tempe, kacang naik dan turunnya harga. Kalo dari orang dari orang lain dak mungkin dapat”*. Sedangkan menurut Bapak Asbulah menginginkan lain *“informasi,,,,,, kalau mesin yang lebih bagus mungkin ada, tapi kan belum sampai ke Tanjungpinang. Kalau pun ada insya allah kami gunekan, karna biar bisa meringankan kerje karyawan. Kalok ada modal.*

#### f. Bahan Baku

Dalam sebuah perusahaan, bahan baku dan bahan penolong memiliki arti yang sangat penting, karena modal terjadinya proses produksi sampai hasil produksi. Pengelompokan bahan baku dan bahan penolong bertujuan untuk mengendalikan bahan dan beban biaya ke harga pokok produksi. Pengendalian bahan diprioritaskan pada bahan yang nilainya yang relatif tinggi yaitu bahan baku. Seperti halnya yang diungkapkan oleh salah satu pemilik usaha tempe yaitu Ibu Nia bahwa *“Di agen di pasar ibu pakai kacang yang bagus yang no.1 kan ade yang no.2 same no 3. Ibu pakai kacang yang no.1 rasenye bede dan warnenye juga lebih agak kekuningan gitu, kalau yang lain tu adayang putih pucat”*. Sedangkan yang lain bagaimana memperoleh bahan baku, sekarang harus tahu apa saja bahan yang dibutuhkan dalam mengolah tempe, bapak Abdul Karim *“Bahannya ya, kacang, ragi, daun, plastik itu jak”*. Setiap pemilik usaha hanya Bapak Abdul Karim yang mempunyai tiga bentuk ukuran tempe berikut ungkapan Beliau, *“Tige, cetak daun, plastik kecil yang bulat untuk tempe goreng, yang biasa di rumah makan, same ukuran plastik besar, ini untuk orang penjual gorengan yang lebar.*” Beliau mengatakan bahwa mahal nya harga bahan baku pembuatan tempe, sangat berpengaruh terhadap kualitas produksi tempe, jadi hasil tempe yang menggunakan kedelai yang diimpor itu bagus, harganya sesuai dengan kualitasnya. Selain itu, untuk menjaga kualitas rasa tempe, beliau sangat menjaga dan mengutamakan bahan baku yang memiliki kualitas bagus dan proses pembuatannya juga harus dijaga kebersihannya.

## 2. Distribusi

### a. Cara menyimpan

Menurut Soesarsono di dalam modulnya, penyimpanan pada tingkat pengolah dapat berlangsung lama dan dapat pula hanya sebentar bergantung pada jumlah yang ditangani dan perputaran yang terjadi. Para pengolah juga berprinsip tidak akan menahan atau menyimpan stok terlalu banyak dan terlalu lama karena hal itu dapat membebani ongkos yang tinggi.

### b. Alat pengangkutan

Usaha yang ada di Kota Tanjungpinang mengangkut barangnya ke pasar seperti yang diungkapkan oleh Bapak Abdul Karim *“pakai motor, pakai keranjang”*, berbeda dengan yang diungkapkan oleh Mbah Giem *“Ya, punya sendiri mbak ee,,,,, semuanya. Bakul tak bawa setiap hari saya gendong”*. Peralatan yang digunakan juga milik pribadi seperti halnya diungkapkan oleh Bapak Nunung *“Punya sorang, emang punya siape. Tak mungkin orang nak pinjamkan, masak usaha barangnye minjam”*

### c. Strategi Distribusi

Pemilik usaha tempe yang ada Kota Tanjungpinang menjual tempe kepada para pelanggan, mereka hanya membawanya ke pasar, yang diungkapkan oleh Bapak Sarsono *“kita tidak pakai strategi, karna kita jual tempe sudah ada langganannya, jadi pelanggan tu langsung ambil ke kita”* begitu juga yang diungkapkan oleh Bapak Nunung *“Menjual ke langganan, pelanggan langsung ambil ke kita, jadi dak perlu jalan-jalan dan kalau misalnya ada yang tidak habis baru kami tawarin ke toko-toko pinggir jalan, jual harga murah, yang penting habis”*. Tempat mereka menjual tempe di pasaran seperti yang diungkapkan oleh Bapak Nunug *“di pasar-pasar”*, berbeda dengan yang di lakukan oleh Mbah Giem *“di jual kerumah-rumah, pakai bakul jamu, saya sehari bejalan kurang lebih 7 km”*. Dari kelima usaha tempe menjual produk-produknya dengan harga yang sama salah satunya Bapak Nunung *“yang cetak besar dijual 5.000”* dan beliau juga memfariasikan produknya dengan berbeda harga murah *“Kalau yang kecil 3 butik 1.000”*, menurut mereka agar tidak mengurangi produksi. Berbeda dengan Ibu Nia menjual tempennya *“harga 7.000”*, berbeda juga dengan Mbah Giem harga *“4 butik 10.000, dulu ya 3 butik 5.000. plastiknya dulu kecil, sekarang aku buat agak gedek”*.

## 3. Peluang dan Tantangan

### a. Peluang

Usaha tempe yang ada di Kota Tanjungpinang, bagaimana cara melihat peluang kedepannya, salah satu dari mereka menjawab

seperti Asbulah *“Peluang usaha tempe untuk kedepannya harus lebihlah, agar bisa menghasilkan tempe yang berkualitas, dan kalau bisa bertahan, ya bertahan”*. Begitu juga dengan Ibu Nia yang mengungkapkan, *“Saya jalanin sendiri sampai kapan kesehatan bertahan, tidak bisa dipaksakan”*.

#### b. Daya Saing

Daya saing disetiap usaha pasti, bagaimana cara menyikapi persaingan tersebut dengan baik seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nia *“Setiap usaha pasti ada persaingan, tergantung kita dalam menyikapi masalah itu, rezeki sudah ada yg atur. Yang penting kita ada usaha. Tidak ada hikmahnya jika kita dendam, Biar sedikit untungnya yang penting berkah”*, begitu juga yang diamali Mbah Giem *“Pasti ada mbak ee, jalani aja, rezeki sudah ada yang atur, kalau orng brhutang, tidak bayar. Saya biarkan aja... ikhlaskan”* berbeda hal dengan jawab Bapak Abdul Karim *“Saya ngerase Tak ade”*. Usaha tempe yang ada di kota Tanjungpinang menghadapi persaingan itu dengan cara menyerahkannya kepada Allah, karna bagi mereka rezeki kita sudah di atur masing-masing..

#### c. Tantangan Merekrut Karyawan Bertalenta

Tidaklah mudah untuk mencari karyawan yang sesuai dengan keinginan kita, dalam memperlancar proses produksi seperti yang dialami salah satu pemilik usaha tempe yang ada di Kota Tanjungpinang seperti Bapak Asbulah *“tantangannya ya bandel susah dibilangin , yang di harapkan mau di suruh bekerja”*, berbeda halnya dengan yang diungkapkan oleh Bapak Sarsono *“kalau saya lebih mengutamakan karyawan kasi kenyamanan, percayakan kepada mereka, karna kan mereka yang bekerja di belakang kita cuman menghasilkan bersihnya aja, dan mau betol-betol ngomong sama karyawan, tantangannya palingan asal dia mau bekerja, rajin”*.

#### d. Mendapatkan pelanggan

Tantangan mempertahankan pelanggan yang diungkapkan oleh Bapak Abdul Karim *“sama aja si, palingan Pelanggan lama tu dikasi yang lebih bagus lagi, kalau belinya banyak dikasi diskon atau tambahan produknya atau kurangi harganya, itu jak. begitu juga pelanggan baru”*, sama halnya yang diungkapkan oleh Bapak Nunung *“Pelanggan baru artinya pelanggan pelarian maunya yg murah.Lama berikan kenyamanan, gitu jak”*, berbeda dengan Mbah Giem *“Langganan bonuskan/ korting, tempe ku tiga sepuluh ribu dikasi empat, kalau dak bise bayar pake duit bisa bayar pake beras, kasi utang*

*bayarnya nanti pas aku kesana, kayak mamak mbak ee kan gitu”*Pelayanan berperan penting untuk kelancaran atau pun pendapatan bagi setiap usaha, hal itu juga bisa menarik pelanggan agar tertarik apa yang kita tawarkan dan menilai dari cara menawarkannya. Dalam usaha tempe ini, hanya lah di utamakan dalam hal kepercayaan bagi konsumen, untuk menjaga pelanggan yang sudah ada mereka memberikan produk yang terbaik dan memberinya diskon jika ia membeli produk banyak,

#### e. Strategi Bisnis

Terkait dengan menjalankan strategi bisnis berikut ungkapan salah satu usaha tempe Bapak Nunung *“masalahnya cuman persaingan harga dipasar jak, makin banyak yang usaha, makin banyak la persaingannya, akhirnya makin sikit produksi tempe, tapi tetap bertahan. Usaha Tempe ni tergantung dengan awal sekali membuat, biar dia jual pakek harga mahal. Karna org sudah tau kualitas dan rasanya. Yang kayak gitu bise bertahan lama”*, berbeda yang dialami Bapak Asbulah *“masalah cuman ini jak, Sebelum usaha tempe disini, pernah di TPI. Kendalanya tidak diizinkan usaha”*.

#### f. Manajemen Arus Kas atau Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah hasil proses pencatatan akuntansi keuangan. Laporan keuangan itu berisi informasi tentang prestasi perusahaan di bidang keuangan pada masa lampau. Laporan keuangan yang utama yaitu neraca dan perhitungan rugi-laba. Berikut ungkapan salah satu pelaku usaha tempe yang ada di Kota Tanjungpinang Bapak Abdul Karim *“ndak pakai catatan keuangan, palingan catat tanggal masuk kerja karyawan jak, sama catat tanggal masuk kacang”*, sama dengan Bapak Nunung *“kami ndk pakai laporan keuangan, karna duit dari jualan dihabiskan sendiri untuk keluarga, makan sehari-hari, abis-abis gituk jak”*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian yang telah peneliti paparkan, pada data yang diperoleh di lapangan, tentang *“Analisis Usaha Tempe di Kota Tanjungpinang”*, maka peneliti dapat menyimpulkan yang terkait dengan fokus penelitian. Diantaranya, sebagai berikut :

1. Proses produksi tempe yang ada di Kota Tanjungpinang, memiliki tahap-tahap yang lengkap, sebagaimana membuat jenis makanan lainnya. Pembuatan tempe perlu mempersiapkan tempat yang khusus dan

bersih, menyiapkan bahan-bahan seperti kedelai dan ragi sesuai dengan modal yang dimiliki, baik yang modal sendiri maupun modal yang diperoleh dari pinjaman bank. Proses pembuatan tempe dimulai dari kedelai direbus selama kurang lebih 2-4 jam menggunakan bahan bakar kayu, direndam satu malam supaya tempe mengeluarkan rasa keasaman, pagi hari digiling agar kedelai bisa terpecah menjadi dua bagian, setelah itu di cuci hingga bersih dan dibuang kulitnya. Kemudian ditiriskan beberapa jam sampai dingin agar siap diaduk bersama ragi dan siap dicetak baik yang menggunakan daun pisang ataupun plastik, serta disimpan atau ditata ditempat khusus dengan rapi.

2. Distribusi dari Usaha tempe di Kota Tanjungpinang sama dengan usaha tempe lainnya, setelah satu hari satu malam tempe disimpan, maka tempe siap dipasarkan. Dalam penelitian ini, proses distribusinya dengan tiga macam, pertama dijual dengan membuka lapak di pasar tradisional dibawa menggunakan kendaraan roda dua, kedua di rumah atau di tempat produksi dan yang ke tiga dijual keliling ke rumah-rumah menggunakan bakul jamu gendong.
3. Peluang usaha tempedi Kota Tanjungpinang tidak terlalu besar, dikarenakan tempe merupakan makanan pokok yang biasa masyarakat konsumsi sehari-hari. Mengenai tantangan usaha tempe terletak pada persaingan harga dan kualitas tempe, tampak dari kemasan ukuran tempe yang bermacam ragam.

## REFERENSI

- Dawwabah Muhammad Asyraf. (2008). *Meneladani keunggulan Bisnis Rasulullah (Membumikan Kembali Semangat Etika Bisnis Rasulullah)*. Semarang: PT.Pustaka Rizki Putra
- Griffin W Ricky, Ebert J Ronald. (2003). *Bisnis*. Jakarta: Prenhallindo
- Issakh Idris Henki, Mimi.(2004). *Teori Bisnis untuk perusahaan Modern* edisi 2. Media
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers

Muhammad Syaifullah, Burhanuddin. 2018. *Implementation of SISKEUDES Based on Top Management Support and Education and Training*.international Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information technology © 2018 IJSRCSEIT | Volume 3 | Issue 1 | ISSN : 2456-3307

Mulyani Sri (2016). *Sri Mulyani paparkan keunggulan UMKM*<https://ekbis.rmol.id/read/2016/08/03/255551/>

Masyhuri. (2007). *Ekonomi Mikro*. UIN: Malang Press

Nurcholifah Ita (2012). *Manajemen Pemasaran*: STAIN Pontianak Press

Rustono (2018). *Indonesia Bangga! Tempe Telah Merambah Pasar Internasional*<https://www.idntimes.com/news/indonesia/kementerian-pariwisata/tempe-untuk-dunia-csc-1/full>

Suyantohadi Atris (2017). *Besarnya Konsumsi Kedelai di Indonesia*. [https://www.kompasiana.com/atris\\_shadi/58acf7aab27e61fb0ce6f85c/besarnya-konsumsi-kedelai-di-indonesia](https://www.kompasiana.com/atris_shadi/58acf7aab27e61fb0ce6f85c/besarnya-konsumsi-kedelai-di-indonesia)

Sobirin (2018). *Rupiah Melemah, Perajin Tempe Harus Putar Otak*. [https://www.google.com/search?q=Rupiah+Melemah%2C+Perajin+Tempe+Hrus+Putar+Otak&rlz=1C1GGRV\\_enID7711D771&oq=Rupiah+Melemah%2C+Perajin+Tempe+Hrus+Putar+Otak&aqs=chrome..69i57.1531j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Rupiah+Melemah%2C+Perajin+Tempe+Hrus+Putar+Otak&rlz=1C1GGRV_enID7711D771&oq=Rupiah+Melemah%2C+Perajin+Tempe+Hrus+Putar+Otak&aqs=chrome..69i57.1531j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv Jl.Gegerkalong Hilir No.84 Bandung

Tungga Wikrama Ananta, dkk. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Jambusari 7A Yogyakarta 55283

Widiyono dan Pakkanna Mukhear (2013). *Pengantar bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media

Zuriah Nurul (2009). *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta 13220: PT. Bumi Aksara