

**PENGEMBANGAN USAHA KECIL
PEMBUAT TEMPE DENGAN
METODE VALUE CHAIN DI DESA
CISEMPUR KABUPATEN
SUMEDANG**

Nina Karlina¹

¹Departemen Administrasi
Publik FISIP Universitas
Padjadjaran

Article history

Received : 12 Maret 2020

Revised : 04 Juli 2020

Accepted : 04 Juli 2020

*Corresponding author

Email : nina.karlina@unpad.ac.id

No. doi:

<https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26626>

ABSTRAK

Tempe merupakan produk pangan yang telah diakui dunia sebagai produk Indonesia. Selain nilai kearifan lokal dan budaya, tempe juga menjadi produk pangan yang kaya akan zat gizi, kandungan kalsium dalam tempe mempunyai nilai bioavailabilitas sebesar 66%. Selain itu, kandungan asam lemak bebas dan asam amino bebas dalam tempe membuat makanan ini mudah dicerna dan diserap oleh tubuh. Terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan tempe, antara lain standar higiene yang harus dipenuhi oleh para usaha kecil menengah (UKM). Diperlukan pula diversifikasi produk dan inovasi serta citra tempe, misalnya pengemasan, inovasi hidangan, dan pengembangan produk dari tempe seperti suplemen bioaktif dari tempe.

Metode pengembangan usaha kecil pembuat tempe di Desa Cisempur dilakukan melalui metode value chain. Yang pertama dilakukan adalah mendakan survei dan wawancara bersama Tim KKNM tematik kewirausahaan. Dengan survey maka diperoleh masalah dan kendala industry tempe di Desa Cisempur, setelah proses survey maka dilakukan analisis melalui diferensiasi produk untuk mencari inovasi produk yang dapat dihasilkan dari olahan tempe seperti Susu Soyu dan Keripik Tempe. Setelah melakukan variasi produk maka perluasan daerah pemasaran olahan tempe menjadi focus pengembangan lebih lanjut.

Kata kunci: Pengembangan, usaha kecil tempe, metode value chain

ABSTRACT

Tempeh is a food product that has been recognized worldwide as an Indonesian product. In addition to the value of local wisdom and culture, tempeh is also a food product that is rich in nutrients, the calcium content in tempeh has a bioavailability value of 66%. In addition, the content of free fatty acids and free amino acids in tempeh makes this food easily digested and absorbed by the body. There are several challenges in the development of tempeh, including hygiene standards that must be met by small and medium enterprises (SMEs). Product diversification and innovation as well as the image of tempeh are also needed, such as packaging, dish innovation, and product development from tempeh such as bioactive supplements from tempeh.

The method of developing small-scale tempeh-making businesses in Cisempur Village was carried out through the value chain method. The first step was to conduct a survey and interview with the KKNM Team on the theme of entrepreneurship. With the survey, the problems and constraints of the tempe industry in Cisempur Village were obtained. After the survey process, an analysis was carried out through product differentiation to find product innovations that could be

produced from processed tempe such as Soy Milk and Tempe Chips. After making product variations, the expansion of the processed tempe marketing area is the focus of further development,

Key word: Development, tempeh small business, value chain method

PENDAHULUAN

Desa Cisempur kecamatan Jatinangor mengalami perubahan orientasi wilayah sehingga mempengaruhi juga orientasi mata pencaharian penduduknya. Orientasi Desa Cisempur berubah menjadi kawasan industri, yang sebelumnya merupakan kawasan pertanian. Sehingga terjadi perubahan mata pencaharian penduduk Desa Cisempur dari sektor pertanian ke sektor industri. sebagian besar penduduk Desa Cisempur bekerja di sektor industri di samping sektor jasa dan perdagangan. Dan juga banyak yang bekerja di sektor pertanian dengan adanya lahan pertanian yang cukup luas. Lahan pertanian yang luas pun mengalami masalah karena daerah Cisempur sering mengalami kekeringan yang disebabkan oleh kemarau panjang, sulitnya pasokan air bersih berdampak pada produktivitas dan aktivitas masyarakat di desa tersebut, juga angka kriminalitas tinggi karena SDM yang kurang, sulitnya mendapat pekerjaan, serta kurangnya dukungan pendidikan moral.

Kondisi perekonomian Cisempur memerlukan pendampingan yang kuat dari pemerintah daerah agar masyarakatnya mampu mandiri, dan bisa membuat usaha sendiri. Usaha Kecil Menengah di desa Cisempur merupakan salah satu penyumbang bagi perekonomian masyarakat. Salah satunya adalah industri pangan. Industri pangan mengolah hasil pertanian baik nabati maupun hewani menjadi produk pangan olahan. Industri pangan masih mempunyai prospek bisnis yang baik dan keberadaanya selalu dibutuhkan oleh manusia.

Berdasarkan hasil pengamatan bersama mahasiswa KKN, Desa Cisempur memiliki cukup banyak industri pangan salah satunya adalah

industri tempe. Industri tempe cukup banyak bisa menyerap tenaga kerja sehingga dapat membantu mengurangi angka pengangguran..

Kandungan nutrisi yang terdapat di dalam tempe beragam. Tempe dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan asam amino, seperti tryptophan, threonin, isolusin, valin, dan histidin. Tempe juga mengandung vitamin B12 yang dihasilkan dari aktivitas mikroba dalam proses fermentasi. Tempe adalah makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari kacang kedelai yang di fermentasi dengan jamur *Rhizopus* sp yang terdapat dalam *Raprima* dan *Usar* (Koswara, 1992). Selain itu Bahan produksi yang digunakan adalah daun pisang dan ragi atau bahan fermentasi. Kacang kedelai memiliki kandungan gizi berupa protein sebesar 40,5%, lemak 20,5%, karbohidrat 22,2%, serat kasar 4,3%, abu 4,5%, dan air 13% (Snyder and Kwon, 1987). Kedelai di Indonesia dapat digunakan sebagai pangan, pakan dan bahan baku industri. Bentuk olahan dari kedelai antara lain adalah:

a) Produk hasil fermentasi: kecap, tauco, natto, tempe, dan soyghurt.

b) Produk non-fermentasi: tahu dan produk olahannya, limbah tahu (pakan ternak), susu kedelai, tepung dan bubuk kedelai, isolat protein, konsentrat protein, daging tiruan, serat kedelai, minyak kedelai kasar, dan tauge.

c) Dari minyak kedelai kasar dapat dihasilkan:

(1) Aplikasi produk pangan: minyak salad, minyak goreng, mayonnaise, margarin, shortening, dan lesitin (pangan, non pangan, kosmetik, dan obat-obatan sebagai pengemulsi, penstabil, pelembut, pembasah, dan lain-lain);

(2) Aplikasi produk non-pangan/bidang teknik: lapisan pelindung,

pengenyal, cat, semir, desinfektan, dan lain-lain.

Beragamnya kandungan yang ada pada tempe yang baik untuk pemenuhan gizi manusia, maka industri tempe perlu dilakukan pengembangan agar produk tempe tetap dapat memenuhi kebutuhan manusia dan kebutuhan gizi. Industri tempe sebagian besar merupakan industri kecil yang lemah permodalan dan lemah manajemen. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha bagi industri tempe diperlukan sebagai salah satu langkah meningkatkan kontribusi industri kecil ini.

METODE

Mengembangkan Usaha Produksi Tempe di Desa Cisempur dilakukan melalui metode Value Chain, proses pelaksanaan dilakukan melalui

1. Survei dan Wawancara dengan beberapa pengusaha tempe yang ada di Desa Cisempur, berdasarkan hasil survey bersama Tim KKNM Tematik Kewirausahaan memutuskan melakukan pengembangan kepada produksi Tempe milik Bapak lip yang berlokasi di RW 07 Desa Cisempur, Pengembangan yang akan dilakukan berupa analisis melalui diferensiasi produk untuk mencari inovasi produk yang dapat dihasilkan oleh Bapak lip seperti Susu Soyu dan Keripik Tempe. Hal ini dilakukan agar produk yang dihasilkan oleh Pak lip bisa lebih bervariasi karena bukan hanya menghasilkan tempe tapi juga produk lainnya yang bisa disukai dan dikonsumsi masyarakat.

2. Mengembangkan industri tempe dengan memperluas wilayah pemasaran produknya bukan hanya di wilayah Cisempur tapi juga Jatinangor. Kedepannya diharapkan bahwa bisnis Tempe ini bisa juga memasarkan produknya hingga seluruh Sumedang. Pembahasan adalah perbandingan hasil yang diperoleh dengan konsep/teori yang ada dalam tinjauan pustaka. Isi hasil dan pembahasan mencakup pernyataan, tabel, gambar, diagram, grafik, sketsa, dan sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Value Chain

Analisi Value chain merupakan alat untuk memahami rantai nilai yang membentuk

suatu produk. Rantai nilai ini berasal dari aktifitas-aktifitas yang dilakukan, mulai dari bahan baku sampai dengan ke tangan konsumen, termasuk juga pelayanan purna jual (Shank dan Govindarajan, 1992; Porter 2001). Dalam suatu rantai produk yang lengkap, supplier, manufaktur dan pemasaran serta penanganan purna jual dilakukan oleh setiap pihak yang berbeda namun memiliki suatu hubungan untuk membentuk nilai produk yang dihasilkan dengan maksimal. Hal ini disebut sebagai aktivitas interpenden. Pembagian aktivitas ini dilakukan melalui identifikasi posisi yang ada diperusahan/produksi tersebut dan ditentukan yang paling sesuai berada pada bagian supplier, manufaktur, bagian pemasaran atau penanganan purna jual juga memahami karakteristik industri dan menghadapi saingan yang ada. Value chain dapat mengidentifikasi dimana nilai pelanggan dapat ditingkatkan atau penurunan biaya, dan untuk memahami secara lebih baik hubungan perusahaan dengan pemasok/supplier, pelanggan, dan perusahaan lain dalam industri (Blocher, 1999).

Konsep value chain berbeda dengan konsep value added. Konsep value added merupakan analisis nilai tambah yang dimulai saat pembelian bahan baku sama dengan produk jadi. Konsep value added menekankan penambahan nilai produk selama proses berlangsung sehingga semua biaya yang non value added dihilangkan agar fokus pada hal-hal berkaitan dengan nilai produk. Tak jarang hal ini dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena analisis lambat, analisis tidak memperhatikan bahan baku beli, tidak memperhatikan pembentukan nilai yang terjadi, pengabaian proses distribusi produk. Sehingga tak jarang hal ini mengakibatkan perusahaan kehilangan kesempatan untuk mengeksplorasi hubungan antara pemasok dengan konsumen untuk memantapkan posisinya dalam persaingan pasar (Doddy Setiawan, 2003).

B. Penerapan Value Chain Pada Produksi Tempe Tiga Berlian

1) Analisis Pasar

Tempe adalah makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari kacang kedelai yang di fermentasi dengan jamur

Rhizopus sp yang terdapat dalam Rapih dan Usar (Koswara, 1992). Selain itu Bahan produksi yang digunakan adalah daun pisang dan ragi atau bahan fermentasi.

Kacang kedelai memiliki kandungan gizi berupa protein sebesar 40,5%, lemak 20,5%, karbohidrat 22,2%, serat kasar 4,3%, abu 4,5%, dan air 13% (Snyder and Kwon, 1987). Kedelai di Indonesia dapat digunakan sebagai pangan, pakan dan bahan baku industri. Bentuk olahan dari kedelai antara lain adalah:

a) Produk hasil fermentasi: kecap, tauco, natto, tempe, dan soyghurt.
b) Produk non-fermentasi: tahu dan produk olahannya, limbah tahu (pakan ternak), susu kedelai, tepung dan bubuk kedelai, isolat protein, konsentrat protein, daging tiruan, serat kedelai, minyak kedelai kasar, dan tauge.

c) Dari minyak kedelai kasar dapat dihasilkan:

1. Aplikasi produk pangan: minyak salad, minyak goreng, mayonnaise, margarin, shortening, dan lesitin (pangan, non pangan, kosmetik, dan obat-obatan sebagai pengemulsi, penstabil, pelembut, pembasah, dan lain-lain);

2. Aplikasi produk non-pangan/bidang teknik: lapisan pelindung, pengental, cat, semir, desinfektan, dan lain-lain.

Konsumsi dari pengolahan kedelai paling banyak ada berupa tempe. Dalam pengembangan pasar yang dapat dilakukan oleh Pak lip sebagai pemilik usaha produksi tempe, maka Pak lip dapat menghasilkan produksi lain berupa susu soyu dan inovasi baru berupa olahan yang berasal dari tempe yaitu keripik tempe, Rempeyek kacang kedelai, Kacang kedelai goreng tepung dan nugget tempe. Menurut riset diferensiasi produk yang telah dilakukan oleh mahasiswa KKNM Tematik Kewirausahaan Desa Cisempur 2020, Bapak lip dapat menambah jenis produk yang dihasilkan melalui kacang kedelai melalui keripik tempe dan susu soyu. Hal ini dikarenakan proses yang digunakan dalam membuat susu soyu sangat mudah karena hanya membutuhkan beberapa bahan seperti kacang kedelai, daun pandan, air, susu bubuk, perisa makanan, air mineral. Selain itu Keripik tempe, pengolahannya cukup mudah yaitu dengan mengambil dari bahan baku tempe mentah dan diberi

tepung serta dicetak menjadi bulat kemudian diberikan tambahan bumbu tabur untuk menambah cita rasa keripik tempe. Bahan yang diperlukan cukup mudah ditemukan yaitu Tempe, Tepung beras, Bawang putih, garam, bumbu bubuk (contoh: keju, barbeque, balado), dan air.

Pemilihan kedua produk ini juga harus didukung dengan kedelai yang berkualitas baik sehingga setidaknya harus memenuhi beberapa persyaratan seperti kedelai masih baru panen, kadar air pada kacang kedelai maksimal 13 persen, Biji kedelai yang harus dalam kondisi utuh, dan bebas dari kotoran (Handayani, 2007).

2) Nilai

Dalam penentuan nilai diukur dari rasio keuntungan dan biaya yang dikeluarkan dari masing-masing produk yang dihasilkan. Jika nilai yang diusung tinggi maka keuntungan yang diperoleh semakin tinggi.

3) Pemetaan (Mapping)

Pemasaran dari usaha produksi tempe milik Bapak lip harus melibatkan berbagai konsumen dan pelaku pemasaran seperti pedagang besar desa, pedagang besar kecamatan, pedagang besar kabupaten dan konsumen. mahasiswa KKNM Tematik Kewirausahaan Desa Cisempur 2020 telah melakukan kajian untuk memasarkan produksi milik Pak lip berupa tempe, keripik tempe maupun susu soyu yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Target Pemasaran Produksi Tempe

No	Produksi	Target
1.	Tempe Pasar	Tradisional, Penjual Gorengan Keliling, dan Warung Makan
2.	Soyu Warung	Kelontongan, Kantin, Online
3.	Keripik Tempe	

Sumber: hasil kajian tim KKNM Tematik Kewirausahaan Desa Cisempur 2020 di Wilayah Jatinangor

Tabel diatas menginformasikan untuk memasarkan produk yang terbaru dari Bapak lip dapat dilakukan baik secara offline maupun Online. Offline dalam hal ini adalah berupa pemasaran produk yang dilakukan secara door to door atau memasarkan melalui pedagang yang bersedia baik melalui warung kelontong, kantin dan pasar. Sedangkan penjualan secara Online dilakukan dengan secara

laman e-commerce yang sudah berkembang di Indonesia seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, maupun Sayurbox. Selain itu penjualan dapat dilakukan dari penggunaan social media seperti Instagram maupun Facebook.

Dalam mewujudkan pemasaran produksi tempe milik Pak lip agar bisa meluaskan pasarnya hingga seluruh Jatinangor, maka tim KKNM Tematik Kewirausahaan Desa Cisempur 2020 telah melakukan survei baik berupa pasar, kantin, warung makan dan warung kelontong yang bukan hanya berlokasi didesa Cisempur tapi beberapa desa lainnya yang terdapat di Kecamatan Jatinangor seperti desa Cikereuh, desa Cintamulya, desa Cibeusi, desa Sayang, dan desa Hergamanah.

Mengingat rumah produksi tempe milik Pak lip belum memiliki nama merek dan belum memiliki sarana yang dapat memasarkan rumah produksi tempe milik Pak lip maka KKNM Tematik Kewirausahaan Desa Cisempur 2020 melakukan design dari logo produksi tempe milik Pak lip berikut dengan nama merek Tiga Berlian serta membantu membuat social media yang dapat membantu pemasaran tempe milik pak lip.

Snyder, H.E. dan Kwon, T.W. 1987. Soybean Utilization An. Avi Book Published by Van Nostrand Reinhold Company: New York.

PENUTUP

Terima kasih kepada tim PKM/KKN Tematik kewirausahaan dan kepada DRPM KEMENRISTEK DIKTI yang telah mendanai kegiatan ini tahun pelaksanaan 2020. Rector universitas PasirPengarain. Kepala Desa dan aparat Desa Cisempur, Ketua TP-PKK DesaCisempurr dan Warga Desa Cisempur yang terlibat dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andarwulan, N., dan Koswara, S. 1992. Kimia Vitamin. Jakarta: Rajawali Press. Hlm. 32 - 35, 235.
- Doddy Setiawan, Analisis Value Chain dan Keunggulan Kompetitif, Usahawan No. 05 Tahun XXXII Mei 2003: 52-53.
- Handayani D. 2007. Simulasi Kebijakan Daya Saing Kedelai Lokal Pasar Domestik. Tesis. Sekolah Pascasarjana IPB.
- Shank, John K dan Vijay Govindarajan, Strategic Cost Management and the Value chain, Journal of Cost Management (Spring): 5-21.