

## **KAJIAN FAKTOR-FAKTOR PENGUATAN USAHA PENGEMBANGAN UKM MAKANAN RINGAN**

*Zainal Abidin Nasution*

*Harry P Limbong*

Balai Riset dan Standardisasi Industri Medan

*E-mail: zainal\_an7@yahoo.com*

### **ABSTRACT**

Snacks is a term for food is not the main menu (breakfast, lunch and dinner), which is intended to eliminate hunger someone temporarily. Snack was made by exploiting the wealth of flavor and aroma typical of blend/recipe seasoning herbs and specific raw materials/superior. So as culinary snacks can be a variety of names and a variety of delicious flavours. So as culinary snacks can be a variety of names and a variety of delicious flavours, scents that cause taste, color and texture of the lure. Based study of factors for development of Small and Medium Entrepreneurship (SMEs) constraints completion snacks is a factor of the consumer (taste, aroma, safe/healthy, texture, shape, color, shape), the entrepreneur factors (mentality, seasoning, recipe/concoction secret, innovative, creative, sales strategy), technological factors (raw material specific/unique, special processing) and factors of government support (training, market expansion, capital, exhibition/sale, apprenticeship, testing of raw material/products).

**Keywords:** snack, taste delicious, aroma unappetizing, raw material specific

**JEL Classification:** L26

### **PENDAHULUAN**

Dalam rangka mendapatkan pekerjaan bagi masyarakat banyak, sudah sama-sama kita ketahui bahwa peluang untuk memperolehnya sangatlah sulit. Sementara masyarakat banyak harus memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, dan harus berusaha dengan kegiatan yang dilaksanakannya tidak bertentangan dengan hukum. Maka, bisnis kuliner antara lain adalah jalan keluar yang paling terbuka dan mudah melaksanakannya. Bisnis kuliner adalah suatu jenis usaha yang akan selalu laris sepanjang masa, alasannya adalah karena makanan/minuman merupakan kebutuhan pokok manusia yang tidak lepas dari kehidupan kita. Bisnis kuliner ini cakupannya sangat luas, yaitu mulai dari makanan ringan (cemilan), minuman hingga makanan pokok.

Makanan ringan, makanan jajanan atau kudapan (*snack*) adalah istilah bagi makanan yang bukan menu utama (makan pagi, makan siang ataupun makan malam). Makanan ringan, sesuatu yang dimaksudkan untuk menghilangkan rasa lapar seseorang sementara waktu, memberi sedikit pasokan tenaga ke tubuh, atau sesuatu yang dimakan untuk dinikmati rasanya.

Menurut Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 924/Menkes/SK/VII/2003, makanan jajanan adalah makanan dan minuman yang diolah pengrajin makanan di tempat penjualan dan

atau disajikan sebagai makanan siap santap. Direktorat Perlindungan Konsumen (2006) menjelaskan bahwa penganan jajanan yang sehat dan aman harus bebas dari 1) Bahaya fisik, dapat berupa benda asing yang masuk ke dalam pangan, seperti serpihan logam, batu, kaca, dan lainnya; 2) Bahaya kimia, yaitu senyawa-senyawa kimia yang berbahaya bagi tubuh, baik itu yang disengaja atau pun tidak disengaja ikut masuk ke dalam jajanan, seperti pewarna buatan, pemanis buatan, penyedap rasa, dan lainnya; dan 3) Bahaya biologis yang disebabkan oleh mikroba penyebab keracunan pangan, seperti virus, parasit, bakteri, dan lainnya.

Makanan ringan itu adalah suatu komoditas yang banyak dilakoni oleh masyarakat Indonesia, dan oleh karena itu terbitlah Peraturan Menteri RI No. 137/M-IND/PER/10/2009 tgl. 14 Oktober 2009, tentang Peta Panduan (Road Map) Pengembangan Kluster Industri Makanan Ringan. Peraturan tersebut menjelaskan pendahuluan, sasaran, strategi, dan kebijakan serta program/rencana aksi pengembangan sentra produsen UKM makanan ringan di seluruh provinsi yang ada di Indonesia, yang berciri khas lokal. Untuk Provinsi Sumatera Utara, sentra produsen UKM makanan ringan ditetapkan di Kota Medan.

Implikasi yang sederhana dalam melaksanakan Peraturan Menteri tersebut di Kota Medan adalah melakukan kajian penguatan usaha dari UKM makanan ringan yang sudah ada. Menurut SMERU (2003) dalam Afifah (2016), pengertian upaya penguatan usaha dari UKM adalah usaha/ program/ proyek/ kegiatan untuk menguatkan usaha dari UKM tersebut yang dapat diwujudkan bantuan teknis dan lainnya. Penguatan usaha dapat diberikan kepada individu dalam sebuah usaha, kelompok usaha atau keduanya. Biasanya dalam upaya penguatan usaha diberikan lebih dari satu bentuk kegiatan usaha, misalnya kegiatan bantuan modal disertai dengan kegiatan bantuan teknis. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan UKM agar berdaya saing tinggi, adalah harus dilihat dari kondisi UKM tersebut. Daya saing tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan SDM pengusaha untuk memproduksi kualitas barang, harga, penampilan/ performance dan faktor lingkungan yang memberikan suasana kondusif sehingga UKM akan mampu bersaing ketat. Dengan demikian, faktor internal yang perlu dikaji adalah kemampuan pengusaha untuk memproduksi kualitas barang, penjualan, harga,

modal usaha dan kemampuan bersaing. Sedangkan faktor eksternalnya adalah harga bahan baku, ongkos transportasi, jumlah pembeli, ongkos produksi serta daerah pemasaran dan diversifikasi produk.

## MATERI DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini disusun dan dirancang sedekimian rupa, digunakan metode kualitatif dengan disain deskriptif, yaitu penelitian yang memberikan gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi (Moleong, 2006). Lokasi penelitian berada di kluster kuliner di Kota Medan. Data diperoleh dari sampling UKM makanan ringan yaitu wawancara dan observasi dari beberapa pengusaha UKM. Berdasar data informasi yang diperoleh akan dikaji, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengembangan UKM makanan ringan di Kota Medan.

Cooney (2012) menjelaskan faktor-faktor penguatan pada pengembangan suatu UKM dan keahlian yang harus dimiliki oleh pengusaha UKM seperti yang disajikan pada Tabel 1 dan Gambar 1.

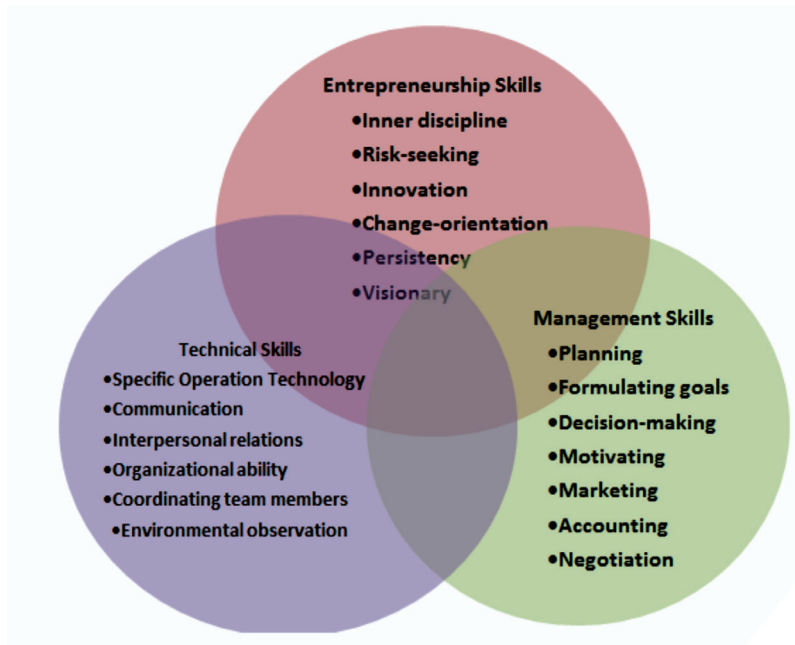
Berdasar data yang berhasil dihimpun dilakukan pendekatan faktor-faktor penguatan pada pengembangan UKM makanan ringan dan keahlian yang harus dimiliki oleh pengusaha UKM seperti teori yang dijelaskan Cooney (2012). Tujuan kajian ini adalah membuat skema faktor-faktor penguatan usaha pengembangan UKM makanan ringan di Kota Medan dan menganalisis interaksi faktor-faktor penguatan usaha pengembangan UKM makanan ringan di kota Medan.

## HASIL PENELITIAN

Berdasar data dapat diketahui bahwa berbisnis makanan ringan dapat menghantarkan pemiliknya menjadi pengusaha sukses, di antaranya 1) Pengusaha kacang garing "Kacang Sihobuk", dengan bahan baku yang berasal dari Kecamatan Tarutung dan Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara mampu memasarkan sampai dengan 40 kaleng (volume 20 liter) kacang garing per hari (sebagai pelengkap informasi/data karena produk kacang garingnya termasuk juga dipasarkan di Kota Medan); 2) Pengusaha makanan ringan risol di Medan, dengan rasanya yang khas mempunyai omzet

**Tabel 1**  
**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penguatan Pertumbuhan UKM**

| <i>Entrepreneur</i>        | <i>Firm</i> | <i>Strategy</i>        |
|----------------------------|-------------|------------------------|
| Motivation                 | Age         | Workforce Training     |
| Unemployment               | Sector      | Management Training    |
| Education                  | Legal form  | External equity        |
| Management experience      | Location    | Technology             |
| Number of founders         | Size        | Market positioning     |
| Prior self-employment      | Ownership   | Market adjustments     |
| Family history             |             | Planning               |
| Social marginality         |             | New products           |
| Functional skills          |             | Management recruitment |
| Training                   |             | State support          |
| Age                        |             | Customer concentration |
| Prior business failure     |             | Competition            |
| Prior sector experience    |             | Information and advice |
| Prior firm size experience |             | Exporting              |
| Gender                     |             |                        |



**Gambar 1**  
**Himpunan Perangkat Yang Mempengaruhi Penguatan Keahlian Kewirausahaan Pengusaha UKM**

penjualannya mencapai Rp. 25 juta/bulan; 3) Pengusaha makanan ringan kue kering Nestar di Medan, perharinya dapat memproduksi sekitar 50 kotak dan dijual dengan harga bervariasi tergantung beratnya, mulai dari harga Rp. 60.000,- per kotak sampai dengan Rp. 200.000,- per kotak; dan 4) Pengusaha keripik singkong di Kabupaten Langkat, yang memperkerjakan 50 karyawan dan membutuhkan 3 ton s/d 4 ton per hari singkong segar, diperoleh pasokan dari Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Serdang Bedagai dan Kabupaten Karo (sebagai pelengkap informasi/data karena produk keripik singkongnya selain dipasarkan di Kota Medan, juga keluar dari Provinsi Sumatera Utara).

## PEMBAHASAN

UKM penggerak ekonomi daerah adalah industri-industri kecil yang mudah ditumbuh kembangkan di suatu daerah, yang dapat memberikan dampak pengaliran ekonomi daerah secara cepat dan melibatkan partisipasi masyarakat secara luas. Sehingga dapat mempercepat peningkatan taraf hidup/kesejahteraan bagi masyarakat di daerah tersebut. Ciri-ciri UKM tersebut yang disesuaikan dengan industri makanan ringan, meliputi 1) Menggunakan bahan baku maupun bahan pembantu lokal ataupun yang mudah diperoleh dari sekitarnya; 2) Cara produksinya tidak sulit, artinya proses pengolahannya dikuasai oleh masyarakat setempat. Teknologi produksinya berbasis kepada talenta dan ketrampilan tradisional yang telah ada di daerah tersebut, turun menurun, ataupun kalau membutuhkan alih teknologi, akan dengan mudah dilakukan atau pun tidak menuntut ketrampilan yang tinggi; 3) Produksinya kebanyakan diserap oleh pasar-pasar lokal/domestik dengan transpor antarkota/antar provinsi. Tidak memerlukan upaya pemasaran dengan jalur distribusi yang panjang; 4) Mempunyai peluang untuk dikembangkan dari produk potensial produk daerah yang memiliki potensi untuk berkembang karena keunggulan komparatif menjadi produk andalan produk daerah yang dapat ditandingkan dengan produk sejenis dari daerah lain, karena selain memiliki keunggulan komparatif, juga memiliki efisiensi dan efektifitas yang tinggi dan pada akhirnya menjadi produk unggulan produk daerah yang memiliki keunggulan kompetitif, karena telah teruji dan memenangkan persaingan pasar dengan produk yang sejenis dari daerah/

wilayah lain. Beberapa produk makanan ringan yang sudah teruji sebagai produk unggulan, misalnya adalah Dodol Garut dan Kerupuk Udang Sidoarjo.

Menurut Leksono (2011), daerah merupakan basis utama bagi berkembangnya ekonomi rakyat dalam bentuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Hal ini terjadi karena UKM mempunyai modal sosial untuk berkembang secara wajar dan bertahan pada kondisi kritis sekalipun. Memiliki kelenturan gerak ekonomi, yaitu mampu beradaptasi terhadap pengaruh ekonomi global dan mandiri terhadap dinamika sektor moneter secara nasional. Pengembangan UKM makanan ringan di seluruh pelosok tanah air sangat penting dilaksanakan, dalam rangka penanggulangan kemiskinan dan upaya membuka lapangan kerja baru, terutama di daerah yang saat ini dikenal sebagai sentra produksi makanan ringan berciri khas lokal.

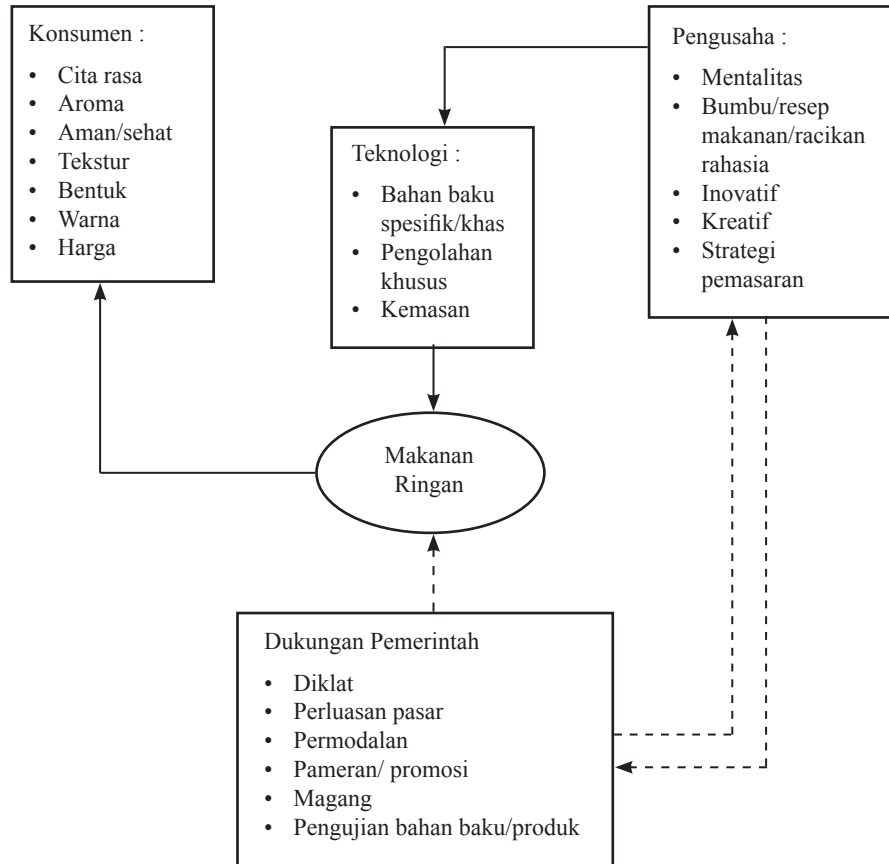
Menurut Oktaviana (2009), permasalahan utama pada pengembangan UKM makanan ringan adalah ketidakmampuan pengusahanya mengoptimalkan berbagai sumber-sumber daya yang dimilikinya dan mengelola lingkungan bisnisnya, sehingga berdampak pada rendahnya produktivitas, kualitas dan daya saing. Berdasar data yang berhasil dihimpun, dapat diketahui bahwa ternyata cukup banyak pengusaha makanan ringan yang mampu bergerak cepat mengembangkan bisnisnya, hanya dalam tempo beberapa tahun saja menjadi pengusaha-pengusaha sukses.

Berdasar data yang berhasil dihimpun, dilakukan inventarisasi faktor-faktor ketrampilan teknis, manajemen dan kewirausahaan dari pengusaha UKM makanan ringan di Kota Medan, yaitu 1) Dukungan pemerintah, bahwa para pelaku UKM makanan ringan sudah banyak yang mendapat kesempatan untuk melaksanakan diklat, magang, maupun kesempatan untuk belajar ke beberapa UKM makanan ringan yang lebih maju, sehingga diharapkan wawasan yang diperoleh dapat meningkatkan usaha-usaha bisnisnya. Selain itu juga tekad pemerintah untuk mendorong pertumbuhan UKM di Kota Medan dengan menggerakkan SKPD yang terkait dan saling berkoordinasi terhadap UKM, yaitu memberikan perhatian yang lebih besar kepada UKM, bantuan-bantuan peralatan/modal/ pemasaran/pameran dan lainnya, sehingga UKM tersebut dapat tumbuh, besar dan berkembang. Meskipun dukungan yang diberikan oleh pemerintah seperti di belakang layar saja, namun pengaruhnya

terhadap eksistensi produk sebagai makanan ringan dan tingkah laku pengusaha sebagai pelaku bisnis sangat besar dalam pergeseran posisinya ke arah yang positif; 2) Kreativitas dan inovasi pengusaha UKM makanan ringan, sebagai pengusaha makanan ringan, dapat dikatakan bahwa masing-masing harus memahami dan mengerti dengan inti bisnisnya, dapat membaca dan mengisi celah selera kebutuhan pasar dari makanan ringan, menciptakan makanan ringan dengan cita rasa yang lezat dan aroma yang khas, sehingga dapat memenuhi selera konsumen. Melakukan berbagai terobosan terhadap kemasan produk makanan ringan yang dibuat dengan berbagai kreatifitas dan inovasi, sehingga makanan ringan tersebut menjadi simpel, sangat menarik dan tiada duanya, sehingga dapat menjadi sejenis makanan ringan oleh-oleh jarak jauh. Tidak kalah pentingnya adalah sebagai pengusaha UKM makanan ringan mencoba membuat suatu strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif sesuai dengan segmen-segmen pasar yang ada dan dapat dibentuk. Juga terjadi di Medan, tentang keberadaan Gojek, sudah banyak dimanfaatkan oleh konsumen. Misalnya konsumen dapat memesan makanan cepat saji KFC lewat Gojek. Tentu saja pengusaha tersebut harus mempersiapkan/merancang kemasannya sedemikian rupa, agar para Gojek tadi mudah membawanya. Atau pun juga rujak Kolam Deli, yang juga sudah menjadi andalan kuliner kota Medan, pernah suatu hari seorang pengusaha rujak melayani permintaan konsumen dari Malaysia yang hanya diminta mengirimkan adukan bumbunya saja sebanyak 20 kg, dikirim ke Malaysia dari Medan, naik pesawat terbang; 3) Tingkat kepuasan konsumen yang pada umumnya selalu bersifat menunggu. Kalau ada informasi, misalnya dari teman yang menyatakan disana ada warung yang menjual jajanan yang enak dan harganya murah, tentu saja selernya muncul dan ingin mencicipinya. Sesudah itu barulah konsumen melihat keamanan dan kesehatan makanan ringan tersebut, memiliki tekstur dan bentuk yang sesuai dan lain sebagainya. Untuk mendapatkan kesan pertama yang mempesona, maka warna dan kemasan dari produk makanan ringan itu harus menarik. Klasifikasi teknologi, teknologi adalah sesuatu yang dikerjakan mulai dari bahan baku sampai menjadi produk. Pengolahan makanan adalah kumpulan metode dan tehnik yang digunakan mengubah bahan makanan menjadi makanan untuk dikonsumsi

oleh manusia. Selain dari pada bumbu nenek/resep karuhun/racikan rahasia, pemilihan bahan baku/pembantu yang spesifik/khas juga sangat berperan, misalnya adalah proses pengolahan makanan terhadap citarasa yang lezat dan aroma yang menarik. Tepung beras yang diperoleh dari ditumbuk dengan lumpang kayu/batu/besi dibandingkan dengan digiling mesin, tentu saja makanan ringannya akan memberikan cita rasa dan aroma yang berbeda. Atau pun memasaknya di wajan/periuk dari tanah liat/aluminium/besi, tentu saja makanan ringannya akan memberikan cita rasa dan aroma yang berbeda. Atau pun juga memasaknya dengan api dari kayu bakar/arang kayu/gas/minyak tanah, tentu saja makanan ringannya akan memberikan cita rasa dan aroma yang berbeda satu dengan lainnya. Demikian juga dengan bahan baku yang spesifik, misalnya kacang tanah Sihobuk, dengan kandungan minyak/lemak yang rendah sangat cocok sebagai bahan baku kacang garing. Atau pun jenis singkong dari suatu daerah di Kabupaten Langkat yang sangat cocok untuk dibuat menjadi keripik singkong, atau pun buah rambutan dari di Kabupaten Langkat yang sangat cocok dibuat menjadi rambutan kalengan, atau pun kolang kaling juga dari Kabupaten Langkat, dipasarkan sampai ke Jawa, yang memiliki spesifikasi ukurannya besar, warnanya putih dan lainnya, yang cocok untuk diolah menjadi satu jenis makanan ringan yang memiliki kekhasan. Sehingga sekaligus program pemerintah tentang satu lokasi dengan satu produksi khasnya juga dapat dilaksanakan, yaitu *One Village One Product* (OVOP). Jadi, cita rasa dan aroma sebagai sifat dasar dari makanan ringan, sangat ditentukan oleh penanganan bahan baku dan proses pengolahan bahan baku tersebut.

Berdasar penjelasan Cooney (2012), Tabel 1, Gambar 1, serta teori yang dijelaskan SMERU (2002) dalam Afifah (2016) tentang pengertian upaya penguatan usaha dari UKM maka dapat dirancang suatu skema interaksi faktor-faktor penguatan usaha pengembangan UKM makanan ringan di Kota Medan, seperti yang terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2**  
**Skema Interaksi Faktor-faktor Penguatan Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan di Kota Medan**

Berdasar Gambar 2, dapat diketahui rancangan skema kajian faktor-faktor penguatan usaha pengembangan UKM makanan ringan adalah meliputi faktor-faktor tingkat kepuasan konsumen, klasifikasi teknologi, kreatifitas dan inovasi pengusaha UKM makanan ringan dan peranan dukungan pemerintah. Keterbatasan yang terjadi pada pengusaha UKM makanan ringan dalam mengembangkan bisnisnya, akan mendapat dukungan dari pemerintah, sesuai dengan keadaan yang dihadapinya. Dukungan pemerintah terhadap pengembangan UKM makanan ringan, meliputi 1) Faktor internal, yaitu pembinaan mentalitas pemilik UKM makanan ringan sebagai pebisnis yang menjadikannya inovatif dan kreatif terhadap strategi

pemasaran, promosi, dan lainnya; dan 2) Faktor eksternal, yaitu memberikan kesempatan magang, memperkenalkan teknologi baru, memberikan kemudahan/keringanan regulasi peraturan, seperti kemudahan kredit perbankan, izin-izin yang berkenaan dengan operasional UKM, keringanan pajak, dan lainnya.

Pada skema interaksi faktor faktor penguatan usaha UKM makanan ringan terdapat garis kordinasi timbal balik antara peranan dukungan pemerintah dan kreatifitas dan inovasi pengusaha UKM makanan ringan, yang akan mempengaruhi faktor klasifikasi teknologi dan faktor tingkat kepuasan konsumen dalam rangka promosi dan pemasaran terhadap makanan ringan tersebut. Apabila pada suatu saat kemampuan

dalam segala hal sudah dimiliki oleh pengusaha UKM makanan ringan tersebut, maka garis kordinasi tersebut sudah tidak diperlukan lagi dan akan dipindahkan kepada UKM yang lain, yang membutuhkan peranan dukungan pemerintah.

#### SIMPULAN

Berdasar hasil penelitian dan pembahasan maka disimpulkan 1) penguatan usaha UKM makanan ringan sangat potensial untuk dikembangkan, dalam rangka penyerapan tenaga kerja dan turut serta menggerakkan roda perekonomian; 2) berdasar skema interaksi faktor-faktor dominan penguatan usaha pengembangan UKM makanan ringan di Kota Medan adalah faktor tingkat kepuasan konsumen, faktor kreatifitas dan inovasi pengusaha UKM makanan ringan, faktor klasifikasi teknologi, dan faktor peranan dukungan pemerintah; 3) Implifikasi dari strategi operasional yang diamanatkan oleh Permenperin RI No.137/M-IND/PER/10/2009 tgl. 14 Oktober 2009, tentang Peta Panduan Pengembangan Klaster Industri Makanan Ringan, menetapkan sentra produsen makanan ringan di Kota Medan, sudah tercapai yaitu dengan kehadiran sentra kuliner di Kota Medan, seperti Merdeka Walk, yang terletak tepat di pusat Kota Medan (lokasi nol kilomaternya Kota Medan).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afifah dan Gustina. 2016. Investigasi Orientasi Usaha Dan Pengembangan Model Penguatan Untuk Usaha Kecil dan Menengah: Sebuah Kajian Empirik, *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(1): 74 – 84.
- Leksono E B. 2011. Model Identifikasi Potensi dan Pola Pengembangan Industri Kecil, *Jurnal INOVASI*, 8(1): 55-62.
- Marchese, N, 2012. Workshops Summary Reports : Skills Development From SMEs And Entrepreneurship, OECD–DBA International Workshop, Danish Bussiness Authority.

Moleong, L.J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

Oktaviana, R. 2009. Model Manajemen Strategis Evaluasi Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Makanan Ringan, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(14): 88-102.

Zulkarnain, H.O. dan Sutopo. 2013. Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–13.