

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian tentang “Profil Industri Rumah Tangga Makanan Tradisional *Pothil* di Karanganyar, Krasak, Salaman, Kabupaten Magelang” dengan jumlah responden sebanyak 14 orang. Pembahasan pada penelitian ini meliputi aspek tenaga kerja, aspek produksi, dan aspek pemasaran.

A. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Identitas responden dikelompokkan menurut usia, jenis kelamin dan lama usaha.

a. Identitas responden menurut usia

Responden dikelompokkan menurut usia yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. Identitas responden menurut usia

| No. | Usia | Jumlah | Prosentase |
|--------|-----------------|--------|------------|
| 1. | 30-39 tahun | 4 | 28,57% |
| 2. | 40-49 tahun | 5 | 35,71% |
| 3. | 50-59 tahun | 4 | 28,57% |
| 4. | 60 tahun keatas | 1 | 7,14% |
| Jumlah | | 14 | 100% |

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas pengusaha *pothil* adalah usia-usia produktif, karena dalam memproduksi *pothil* dibutuhkan tenaga yang cukup kuat, terutama pada saat menguli/ngglenderi adonan. Meskipun masih ada 1 responden yang berusia di atas 60 tahun, namun dalam prakteknya usaha responden

ini dalam memproduksi *pothil* dibantu oleh menantunya yang usianya masih tergolong muda.

b. Identitas responden menurut jenis kelamin

Menurut jenis kelamin, identitas responden dapat diketahui dari tabel berikut:

Tabel 6. Identitas responden menurut jenis kelamin

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah | Prosentase (%) |
|--------|---------------|--------|----------------|
| 1. | Pria | 0 | 0% |
| 2. | Wanita | 14 | 100% |
| Jumlah | | 14 | 100% |

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden sebanyak 14 orang adalah wanita, sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% dari pengusaha *pothil* adalah wanita karena, dalam pengolahannya memerlukan ketlatenan dan bisa dilakukan di rumah serta tidak jauh dari dunia masak memasak.

c. Identitas responden menurut lama usaha

Berikut pengelompokkan lama usaha responden, berdasarkan hasil pengambilan data yang telah dilakukan:

Tabel 7. Identitas responden menurut lama usaha

| No. | Lama Usaha | Jumlah | Prosentase |
|--------|-----------------|--------|------------|
| 1. | 1-5 tahun | 2 | 14,28% |
| 2. | 6-10 tahun | 3 | 21,42% |
| 3. | 11-15 tahun | 1 | 7,14% |
| 4. | 16-20 tahun | 3 | 21,42% |
| 5. | Diatas 20 tahun | 5 | 35,7% |
| Jumlah | | 14 | 100% |

Dari tabel di atas diketahui bahwa usaha pembuatan makanan tradisional ini sudah berlangsung lama. Walaupun tanpa pelatihan,

hampir seluruh penduduk dusun Karanganyar, Krasak, Salaman memiliki usaha pembuatan *pothil*. Walaupun membuat *pothil* bukan pekerjaan yang ringan, tetap mereka terus memproduksi, karena mereka memperoleh pendapatan bagi keluarga. Dua industri yang memiliki usaha kurang dari 5 tahun mengaku tertarik usaha ini agar di rumah memiliki kegiatan daripada menganggur.

2. Profil Industri Makanan Tradisional *Pothil*

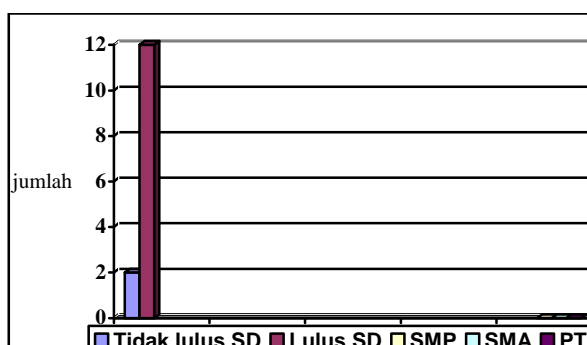
1) Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang meliputi pemilik usaha pada industri rumah tangga makanan tradisional *pothil* adalah sebagai berikut:

a. Tingkat Pendidikan

a) Pendidikan formal

Pendidikan formal merupakan pendidikan yang berjenjang mulai dari pendidikan dasar hingga perguruan tinggi. Tingkat pendidikan dikategorikan rendah bila sampai SLTP/ sederajat. Kategori sedang hingga sampai SLTA/ sederajat, dan kategori tinggi bila sampai perguruan tinggi dan sederajat.



Grafik 1. Responden menurut tingkat pendidikan formal

Dari data di atas dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan pengusaha *pothil* adalah 2 responden (14,29%) tidak lulus SD dan sebanyak 12 responden (85,71%) pendidikan formal yang pernah ditempuh adalah SD, sehingga dapat diketahui bahwa dalam industri rumah tangga *pothil* tidak diharuskan jenjang pendidikan yang tinggi.

b) Pendidikan non formal

Seluruh responden dalam penelitian ini belum pernah mengikuti pelatihan maupun kegiatan kursus, terutama dalam pembuatan makanan tradisional *pothil*. Mereka dapat membuat *pothil* karena diajarkan secara turun temurun oleh generasi sebelumnya/nenek moyang. Mereka juga mengaku belum pernah mengikuti kegiatan latihan/ penyuluhan yang ditujukan untuk pengembangan usaha.

b. Pengalaman kerja

Responden sebanyak 14 orang mengaku tidak memiliki pengalaman kerja selain membuat dan menjual *pothil*. Responden ini adalah sebagai ibu rumah tangga yang sekaligus sebagai pelaku usaha pembuatan *pothil*.

c. Struktur organisasi

Sebagai jenis usaha kecil dengan jumlah tenaga kerja yang hanya berasal dari keluarga sendiri, tidak ada yang memiliki struktur organisasi.

d. Rekrutmen tenaga kerja

Dari 14 unit usaha, tenaga kerjanya mengambil dari anggota keluarga yaitu suami, istri, dan anak kandung yang berada dalam satu rumah. Berarti cara mendapatkan karyawan semua industri (100%) secara kekeluargaan, sehingga industri tradisional *pothil* tidak mengajukan persyaratan bagi tenaga kerja.

e. Keterlibatan keluarga

Keempat belas unit usaha yang menjadi responden dalam penelitian ini, tenaga kerjanya mengambil dari anggota keluarga, sehingga keluarga terlibat dalam usaha ini.

f. Status karyawan

Status karyawan tidak dimiliki oleh responden. Mereka menganggap bahwa hasil penjualan tidak mencukupi untuk mengupah tenaga kerja, sehingga mereka tidak memiliki tenaga kerja dari luar dan hanya mengandalkan tenaga kerja dari keluarga.

g. Pengupahan

Keempat belas responden dimana tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri, sehingga tidak ada sistem pengupahan bagi anggota karena pemberian uang yang dilakukan merupakan nafkah keluarga.

2) Aspek Produksi

a. Modal usaha

Modal usaha yang digunakan bersumber dari modal sendiri atau dari orang tua karena hanya meneruskan usaha.

Berikut besar modal awal usaha di luar tanah dan bangunan dalam hitungan rupiah

Tabel 10. Modal Usaha rata-rata per Hari

| No. | Besar Modal (Rp) | Jumlah Industri | Prosentase |
|--------|------------------|-----------------|------------|
| 1. | 40.000-49.000 | 2 | 14,28% |
| 2. | 50.000-59.000 | 6 | 18,37% |
| 3. | 60.000-69.000 | 5 | 35,71% |
| 4. | 70.000-79.000 | 0 | 0% |
| 5. | 80.000-89.000 | 1 | 7,14% |
| Jumlah | | 14 | 100% |

Modal yang terangkum di atas adalah modal usaha rata-rata harian yang digunakan tiap industri dalam sekali produksi. Sekali produksi membutuhkan waktu 3-4 hari baru dapat menjual produk, maka pengusaha *pothil* di Karanganyar memiliki modal rangkap 3 untuk bisa terus melakukan kegiatan produksi setiap harinya.

b. Bahan Baku

1. Pengadaan

Meskipun di Salaman banyak dihasilkan tanaman ketela, namun untuk memenuhi kebutuhan bahan baku industri *pothil* tiap hari tidaklah mencukupi. Pengadaan bahan utama yaitu ketela, dengan mendatangkan pemasok (dari Kaliangkrik dan Wonosobo). Pengadaan bahan baku yang dari luar daerah ini diorganisir oleh salah satu pengusaha *pothil*, yaitu mulai dari

pemesanan ke pemasok (via telepon), kemudian penerimaan ketika ketela datang, pembayaran, sampai pendistribusian pada pengusaha *pothil* yang lain. Sedangkan untuk bahan lain seperti bumbu, minyak goreng, wijen, garam, pewarna dibeli di pasar tradisional di sekitarnya dan dilakukan oleh masing-masing industri.

2. Bahan baku yang digunakan

Bahan yang digunakan dalam pembuatan *pothil* adalah: ketela pohon. Namun, dalam memproduksi makanan ini tidak ada ketentuan tentang jenis ubi kayu yang harus digunakan, karena biasanya industri makanan tradisional *pothil* hanya menetapkan ubi kayu yang digunakan adalah ubi kayu yang sudah tua dan tidak pahit.

3. Bahan Penolong

Dalam pembuatan *pothil* ini juga digunakan bahan lain sebagai bahan penolong bahan baku yaitu wijen (untuk *topping*), bumbu seperti garam, bawang putih, minyak goreng dan pewarna makanan kuning muda.

c. Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam memproduksi *pothil* adalah peralatan sederhana yang masih tradisional. Peralatan produksi yang digunakan oleh industri *pothil* adalah sebagai berikut:

Tabel 11. Peralatan Produksi *Pothil*

| No. | Nama Alat | Spesifikasi dan fungsi |
|-----|-------------------|---|
| 1. | Pisau | Pisau dapur, digunakan untuk mengupas dan memotong ketela. |
| 2. | Parut obelan | Bagiannya terbuat dari kayu, parut terbuat dari seng. Digunakan untuk memarut ketela |
| 3. | Parut dynamo | Parut dengan tenaga dinamo |
| 4. | Kain | Jenis kain katun/mori. Untuk memudahkan dalam memeras air ketela. |
| 5. | Ember | Ember plastik besar, digunakan untuk tempat air perasan ketela selama pendiaman. |
| 6. | Dandang | Panci pengukus yang digunakan untuk mengukus ketela. |
| 7. | Kukusan | Saringan dengan lubang agak besar, terbuat dari anyaman bambu bentuk kerucut, digunakan ketika mengukus ketela. Penggunaannya dengan dimasukkan pada dandang. |
| 8. | Tambir | Tempat yang terbuat dari anyaman bambu, yang digunakan ketika meletakkan ketela yang sudah dikukus dan pada saat <i>ngglenderi</i> adonan. |
| 9. | Wajan | Wajan alumunium diameter 60 cm, dengan permukaan bawah cekung. Digunakan untuk menggoreng |
| 10. | Solet | Terbuat dari alumunium/stainless, digunakan untuk membalik atau mengangkat <i>pothil</i> dari wajan. |
| 11. | Irik | Tempat dari anyaman bambu seperti tambir tetapi memiliki lubang agak besar seperti kukusan, digunakan ketika meniriskan <i>pothil</i> setelah digoreng. |
| 12. | Tungku tanah liat | Perapian yang terbuat dari tanah liat, dengan bahan bakar kayu dan memiliki lubang sebanyak 2-3, digunakan ketika mengukus dan menggoreng <i>pothil</i> . |

d. Cara membuat

Hari 1:

Ketela dikupas, diparut (tidak selembut parutan kelapa)

Parutan ketela diperas (diambil airnya)

Ampas ketela dan air perasan didiamkan semalam.

Hari 2:

Ampas ketela dibumbui garam, bawang putih kemudian dikukus 30-45 menit (sampai matang), kemudian didiamkan semalam.

Air (perasan) dipisahkan dari patinya. Diamkan pati selama semalam.

Hari 3:

Ampas ketela matang ditambahi pewarna kuning dan pati yang sudah setengah kering. Bentuk menjadi bulatan-bulatan dengan diameter sebesar telunjuk. Seperlima bagian adonan diberi wijen untuk *topping*. Goreng dengan minyak panas

Cara menggoreng:

Wajan (cekung) I minyak panas (tidak penuh): susun bulatan-bulatan adonan sesuai bentuk wajan hingga permukaan minyak, bagian atas adonan yang terdapat wijen. Goreng hingga setengah kering dan adonan sudah menyatu/bergandeng. Kemudian pindahkan ke wajan II yang berisi minyak panas banyak, goreng hingga kering.

e. Teknik olah

Pada pembuatan *pothil* teknik olah yang digunakan yaitu kukus dan goreng. Teknik kukus digunakan untuk ketela yang sudah diambil airnya (ampas), sebelum didiamkan semalam untuk dibuat *pothil*.

Sedangkan teknik olah goreng digunakan untuk *pothil* yang sudah dibentuk.

f. Tempat memproduksi

Pengusaha *pothil* di Karanganyar Krasak Salaman memproduksi *pothil* di dapur rumah masing-masing, dan biasanya ketika membentuk bulatan *pothil* mereka juga memanfaatkan ruang keluarga untuk bekerja sambil melihat televisi bersama suami dan anak-anak mereka

g. Kapan produk harus siap

Proses pembuatan *pothil* satu kali produksi membutuhkan waktu 3-4 hari, mulai dari pengupasan ketela sampai *pothil* dikemas. Namun, masing-masing dari pengusaha *pothil* selalu mengupayakan bahwa setiap hari mereka harus memiliki produk yang siap jual. Dari tabel jadwal produksi *pothil* dalam 1 bulan dapat dilihat bahwa hampir seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pembuatan *pothil* penanggung jawabnya adalah kaum ibu, sehingga masih dibutuhkannya pembagian tugas agar lebih ringan dalam setiap operasi pembuatan. (jadwal produksi terlampir)

h. Waktu

Waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi *pothil* satu kali produksi yaitu 3-4 hari.

i. Daya suplai produk

Masing-masing dari pengusaha *pothil* tidak memiliki target dalam 1 hari mereka harus menjual berapa produk, sehingga yang mereka pasarkan adalah jumlah *pothil* yang ada di rumah. Ada banyak produk, dijual banyak atau bahkan sebaliknya produk yang ada sedikit, maka ke pasarpun membawa produk sedikit. Namun, ketika lebaran dan liburan panjang mereka mengaku sering kehabisan stok produk, ini berkaitan dengan banyaknya peminat *pothil* untuk oleh-oleh ke luar daerah.

j. Karakteristik *pothil*

Tabel 13. Karakteristik *Pothil*

| No. | Kriteria | Karakteristik <i>Pothil</i> |
|-----|----------|-----------------------------|
| 1. | Tekstur | Renyah, agak keras |
| 2. | Warna | Kuning |
| 3. | Rasa | Gurih |
| 4. | Topping | Wijen |

k. Bentuk

Bentuk *pothil* yang dimiliki semua pengusaha *pothil* adalah bulatan-bulatan kecil yang bergandeng membentuk lingkaran, ditengahnya sedikit cekung.

l. Ukuran

Ukuran yang dimiliki *pothil* sebesar 15 cm dan 25 cm

3) Aspek Pemasaran

a. Kemasan

Selama ini kemasan yang digunakan untuk mengemas *pothil* adalah sebagai berikut:

Tabel 14. Kemasan *Pothil*

| No. | Kemasan yang Digunakan | Industri Pengguna |
|-----|------------------------|-------------------|
| 1. | Plastik bening 2 kg | 7 |
| 2. | Plastik bening 4 kg | 11 |

Perincian dari data di atas bahwa kemasan plastik bening 2 kg digunakan oleh 3 industri yang membuat *pothil* dengan ukuran kecil/diameter 15 dan kemasan plastik bening 4 kg digunakan oleh 7 industri yang membuat *pothil* dengan ukuran kecil/diameter 25. Sedangkan 4 industri yang lain menggunakan kedua ukuran plastik tersebut karena memproduksi *pothil* dalam 2 ukuran.

- b. Merk, sertifikat dan terdaftar di Depkes

Seluruh industri *pothil* di Karanganyar, Krasak belum memiliki merk, sertifikat atau terdaftar di Depkes.

- c. Harga jual

Harga jual *pothil* adalah sebagai berikut:

Tabel 15. Harga Jual *Pothil*

| No. | Harga Jual | Jumlah Industri |
|-----|---------------------------|-----------------|
| 1. | Rp. 1000,- | 3 |
| 2. | Rp. 2000,- | 5 |
| 3. | Rp. 2500,- | 1 |
| 4. | Rp. 3000,- | 1 |
| 5. | Rp. 1000,- dan Rp. 2000,- | 4 |

Data di atas menunjukkan harga jual *pothil* langsung dari pembuatnya/harga kulakan. Harga Rp.1000-Rp2000,- memiliki diameter 15 cm, harga Rp.2500-Rp3000,- memiliki diameter 25 cm. Harga yang berbeda-beda, walaupun memiliki diameter yang sama dipengaruhi oleh banyaknya bulatan yang

menyusun *pothil* menjadi satu lingkaran utuh, lebih mahal harganya maka bulatan yang menyusun satu lingkaran utuh *pothil* juga lebih banyak.

d. Omzet

Omzet rata-rata dari pengusaha *pothil* setiap hari adalah sebagai berikut:

Tabel 16. Omzet rata-rata per hari penjual *pothil*

| No. | Besar Omzet (Rp) | Jumlah Industri |
|-----|--------------------|-----------------|
| 1. | 60.000,- -69.000,- | 3 |
| 2. | 70.000,- -79.000,- | 3 |
| 3. | 80.000,- -89.000,- | 2 |
| 4. | 90.000,- -99.000,- | 3 |
| 5. | 100.000,- < | 3 |

Dari data pada tabel 10 dan data di atas diketahui bahwa omzet yang diperoleh dibandingkan dengan modal yang digunakan memiliki selisih sekitar 45,65%. Namun jumlah ini belum sebanding dengan tenaga dan waktu yang mereka keluarkan untuk kegiatan produksi ini.

e. Lokasi penjualan

Pasar tradisional yang menjadi lokasi penjualan industri *pothil* yaitu:

Tabel 17. Lokasi penjualan *pothil*

| No. | Lokasi Penjualan | Jumlah Industri | Prosentase |
|-----|-------------------|-----------------|------------|
| 1. | Krasak | 5 | 35,71% |
| 2. | Salaman | 4 | 28,57% |
| 3. | Babrik | 1 | 7,14% |
| 4. | Kaliangkrik | 1 | 7,14% |
| 5. | Mergoyoso/Kaliabu | 1 | 7,14% |
| 6. | Borobudur | 2 | 14,28% |

Data di atas menunjukkan bahwa sebanyak 5 produsen *pothil* memiliki lokasi penjualan di pasar tradisional Krasak yang tidak jauh dari dusun Karanganyar. Lima produsen yang lain juga masih memilih lokasi penjualan di Salaman, sedangkan empat produsen *pothil* yang lain telah memilih lokasi lain di luar Salaman yaitu Borobudur dan Kaliangkrik. Sedangkan penjualan di Mergoyoso karena telah melalui jasa tengkulak.

f. Cara menjual

Berikut disajikan cara pengusaha *pothil* dalam menjual produk:

Tabel 18. Cara penjualan *pothil*

| No. | Cara Penjualan | Jumlah Industri | Prosentase |
|-----|---------------------------|-----------------|------------|
| 1. | Diambil tengkulak | 2 | 14,28% |
| 2. | Dibeli tengkulak di pasar | 10 | 71,43% |
| 3. | Dijual sendiri | 2 | 14,28% |

Data di atas menunjukkan bahwa 2 industri memiliki tengkulak yang selalu mengambil *pothil* di rumah, karena rumah pemilik industri ini paling dekat dengan pasar tradisional Krasak. Sepuluh industri membawa *pothil* ke pasar tradisional, kemudian di sana akan dibeli oleh tengkulak, hal ini dilakukan agar produk cepat habis, mengingat produk yang dibawa cukup banyak. Dua industri yang lain menjual langsung (tanpa perantara) di pasar tradisional, karena jumlah dagangan yang dibawa tidak terlalu banyak, dan dua orang ini tidak setiap hari ke pasar.

g. Alat angkut

Sarana pendukung yang digunakan sebagai alat angkut dalam memasarkan produk *pothil* adalah sebagai berikut:

Tabel 19. Alat angkut *pothil*

| No. | Alat Angkut | Jumlah Industri | Prosentase |
|-----|------------------------------|-----------------|------------|
| 1. | Tanpa alat angkut/jalan kaki | 10 | 71,43% |
| 2. | Bis /transportasi umum | 4 | 28,47% |

Data di atas menunjukkan bahwa 10 responden membawa produk ke pasar tradisional dengan tanpa alat angkut/jalan kaki sejauh 1,5 km, karena jalan yang ditempuh dari rumah hingga pasar tradisional Krasak tidak terdapat angkutan. Jalan ini merupakan jalan di lereng gunung yang masih berupa tanah dan tatanan bebatuan. Mereka pagi-pagi biasanya membawa *pothil* dalam wadah besar yang terbuat dari bambu(bakul) kemudian digendong dan dibawa jalan sampai ke pasar Krasak. Empat responden yang tidak berjualan di pasar Krasak melanjutkan perjalanan menggunakan transportasi umum berupa bis untuk membawa produk sampai ke pasar yang mereka tuju untuk menjual dagangan.

h. Wilayah penjualan

Dari beberapa lokasi penjualan, berikut wilayah penjualan yang dijangkau oleh responden:

Tabel 20. Wilayah Penjualan *pothil*

| No. | Wilayah Penjualan | Jumlah Industri | Prosentase |
|-----|---------------------|-----------------|------------|
| 1. | Salaman dan sekitar | 11 | 78,57% |
| 2. | Kaliangkrik | 1 | 7,14% |
| 3. | Borobudur | 2 | 14,28% |

Dari data tabel di atas diketahui bahwa daerah yang dijadikan sebagai lokasi penjualan *pothil* hanya daerah Salaman, ini terbukti sebanyak 78,57% produsen menjual *pothil* di wilayah Salaman. Sedangkan sisanya berjualan di wilayah yang juga tidak jauh dari Salaman. Artinya, penjualan *pothil* belum meluas ke luar daerah.

i. Waktu penjualan

Berikut data waktu penjualan *pothil*:

Tabel 21. Waktu penjualan *pothil*

| No. | Waktu Penjualan | Jumlah Industri | Prosentase |
|-----|-----------------|-----------------|------------|
| 1. | Tiap hari | 10 | 71,43% |
| 2. | Seminggu 2x | 1 | 7,14% |
| 3. | 4 hari sekali | 1 | 7,14% |
| 4. | 5 hari 2x | 2 | 14,28% |

Data di atas menunjukkan bahwa 10 responden memasarkan *pothil* setiap hari yaitu yang memiliki lokasi penjualan di Krasak, Borobudur, Salaman. Satu responden memasarkan *pothil* 2x dalam seminggu yaitu yang di pasar Babrik. Satu responden 4 hari sekali yaitu responden yang menjual produk di pasar Kaliangkrik, dan 2 responden 2x dalam 5 hari (separas)

yaitu yang memiliki produk tidak terlalu banyak dan biasanya menjual di Salaman dan Borobudur.

j. Sasaran penjualan

Sasaran penjualan produk *pothil* ini belum ada segmentasi pasar. Artinya pengusaha *pothil* memproduksi dan menjual *pothil* kepada siapa saja/ konsumen mana saja yang berminat.

k. Pesanan

Berikut data responden yang menerima pesanan:

Tabel 22. industri yang menerima pesanan

| No. | Pesanan | Jumlah Industri | Prosentase |
|-----|----------------------|-----------------|------------|
| 1. | Terima pesanan | 4 | 28,57% |
| 2. | Tidak terima pesanan | 10 | 71,43% |

Data di atas menunjukkan bahwa 4 industri pernah menerima pesanan biasanya ketika masa liburan dan lebaran, karena banyak yang membeli untuk oleh-oleh. Sepuluh industri yang lain tidak/belum pernah menerima pesanan *pothil*, alasannya bahwa mereka kewalahan bila harus memproduksi jumlah banyak/melebihi biasanya.

l. Upaya promosi

Sejauh ini 14 unit industri *pothil* yang menjadi responden penelitian belum pernah melakukan promosi. Dari produk yang dihasilkan, tidak ada spesifikasi dari masing-masing industri. Mereka memiliki produk yang sama, mulai dari bentuk, warna, tekstur, rasa, topping/pemberian wijen, bahkan harga. Mereka

mengaku belum pernah mengubah atau memodifikasi produk *pothil*. Mereka khawatir justru malah tidak akan laku, padahal biaya bertambah.

Penetapan harga yang dilakukan masih sederhana atau menyesuaikan dengan harga yang dipasaran. Perhitungan biasanya hanya memperhitungkan harga dari penggunaan bahan baku, bahan campuran dan harga plastik. Ketika harga bahan baku naik, mereka tidak bisa menaikkan harga karena khawatir tidak laku, yang mereka lakukan yaitu mengurangi jumlah bulatan-bulatan *pothil*, tetapi diusahakan ukuran masih tetap sama. Terlebih lagi karena hampir semua penjual *pothil* berasal dari Karanganyar, mereka menjual produk yang sama dengan harga yang sama pula.

Hampir semua pengusaha *pothil* belum pernah melakukan promosi, menurut mereka promosi akan menambah biaya, tetapi tidak dapat menaikkan harga. Ketika ada pendatang dan membeli produk untuk oleh-oleh ke luar daerah, itulah salah satu media promosi yang pernah mereka alami.

B. Pembahasan

1. Profil industri rumah tangga makanan tradisional *pothil* dilihat dari aspek tenaga kerja

Industri rumah tangga adalah suatu usaha mengolah bahan baku menjadi barang jadi/barang setengah jadi dilakukan dalam skala rumah

tangga dengan tenaga kerja kurang dari 4 orang. Soekartawi (2003:8), juga menyebutkan bahwa setiap proses produksi diperlukan tenaga kerja yang cukup memadai. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu, sehingga jumlahnya optimal.

Dalam industri makanan tradisional *pothil* dilihat dari aspek tenaga kerja kurang dari empat orang maka disebut industri rumah tangga. Hampir semua unit usaha di Karanganyar tidak memiliki tenaga kerja dari luar rumah mereka, artinya tenaga kerja adalah orang-orang yang merupakan anggota keluarga. Sehingga pemilik industri menangani semua kegiatan produksi sendiri. Rata-rata atau sebagian besar industri ditangani oleh dua orang yaitu suami dan istri. Bila tenaga kerja lebih dari dua orang, mereka adalah anggota keluarga yaitu anak atau menantu yang tinggal serumah.

Berdasarkan jenis kelaminnya, pengusaha industri makanan tradisional *pothil* di Karanganyar adalah wanita, sedangkan tenaga kerja pria (suami, anak) sekedar membantu saja, karena sebagian dari mereka mempunyai pekerjaan di sawah atau ladang (tani). Namun sebelum bertani, pagi hari biasanya mereka sudah membantu memarut ketela. Sedangkan anak (laki-laki) banyak yang masih duduk di bangku sekolah, jadi membantu membuat *pothil* bukan kegiatan utama mereka. Biasanya ketika malam hari mereka baru membantu membuat *pothil*. Hal ini senada dengan penelitian sebelumnya oleh Eni Prasetyowati (2003) bahwa, pemilik industri makanan tradisional rata-rata adalah wanita. Menurutny,

ada anggapan bahwa bidang membuat makanan diasumsikan sebagai bidangnya kaum wanita oleh sebagian besar masyarakat. Marlina (2003) juga menyebutkan bahwa industri rumah tangga makanan banyak dikembangkan wanita karena dalam pengolahannya memerlukan ketlatenan dan bisa dilakukan di rumah serta tidak jauh dari dunia masak memasak. Hal ini sesuai dengan pendapat Ngadiran (2003) bahwa, jenis kelamin sebagai dasar seleksi tenaga kerja memang sering diperhatikan, terlebih untuk jabatan tertentu. Namun, sekarang ini memang terbuka kesempatan tenaga kerja baik pria maupun wanita untuk berbagai jabatan, namun secara khusus perlu adanya penanggung jawab sumber daya manusia dalam masing-masing organisasi yang bersangkutan. Untuk itu masalah jenis kelamin menjadi salah satu dasar dalam proses seleksi

Usia rata-rata pengusaha *pothil* berkisar antara 30-59 tahun. Ini membuktikan bahwa usia pengusaha *pothil* adalah usia produktif. Hal ini dikarenakan membuat *pothil* dirasa berat terutama ketika membentuk adonan (jawa: *ngglenderi*/sebelum dibentuk). Ada juga responden yang memiliki usia 70 tahun, namun sekarang beliau tidak menangani sendiri, tetapi sudah dibantu menantu. Walaupun memiliki usia yang tidak layak lagi bekerja keras, namun karena membuat *pothil* adalah sumber pendapatan mereka, bagaimanapun juga mereka tetap memproduksi dan menjual *pothil*. Hal senada diungkapkan oleh Suwatno dan Rasto (2003), bahwa faktor usia menjadi pertimbangan karena untuk menghindari rendahnya produktivitas kerja yang dihasilkan karyawan. Apabila

penempatan karyawan sesuai usia tercapai, dengan demikian dapat menimbulkan rasa tanggung jawab, rasa puas bekerja karena sesuai dengan kriteria yang dimiliki, sehingga efektivitas kerja yang diharapkan tercapai.

Pendidikan adalah suatu pekerjaan untuk meningkatkan pengetahuan umum seseorang termasuk didalamnya peningkatan penguasaan teori dan ketrampilan, memutuskan terhadap persoalan-persoalan yang menyangkut kegiatan mencapai tujuan (Suwatno, 2003). Dalam penelitian ini yang menjadi bahan adalah pendidikan formal dan non formal. Pendidikan formal adalah pendidikan yang melewati jalur persekolahan, berjenjang, bertingkat dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi, dari TK hingga perguruan tinggi. Sedangkan pendidikan non formal yang dimaksud adalah kegiatan pendidikan yang berlangsung di luar pendidikan formal, kegiatannya berupa pelatihan dan kursus. Pelatihan adalah suatu kegiatan untuk memperbaiki kemampuan kerja seseorang dalam kaitannya dengan aktivitas ekonomi. Pelatihan membantu karyawan dalam memahami suatu pengetahuan praktis dan penerapannya, guna meningkatkan ketrampilan, kecakapan dan sikap yang diperlukan organisasi dalam usaha mencapai tujuan (Suwatno, 2003).

Dilihat dari latar belakang pendidikan formal pengusaha *pothil* sebagai pemilik usaha menempuh pendidikan terakhir SD (58,71%) yang merupakan pendidikan rendah, ada juga yang tidak lulus SD. Maka rata-rata pendidikan pengusaha *pothil* adalah SD, sehingga dalam pengetahuan

sangat kurang, yang menyebabkan salah satu hambatan bagi pengembangan usahanya.

Selain pendidikan formal, hampir semua pengusaha *pothil* belum pernah mengikuti pendidikan non formal seperti pelatihan atau kursus dan mereka juga tidak memiliki pengalaman kerja selain membuat *pothil*. Data ini menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan yang kurang tersebut berdampak pada usaha yang dijalankan. Kecenderungan sifat yang timbul yaitu pasif sehingga kurang bahkan tidak ada inisiatif untuk mengembangkan produk dan memajukan usaha.

Sebagai industri rumah tangga yang memiliki tenaga kerja kurang dari 4 orang dimana kesemuanya merupakan anggota keluarga, maka tidak ada yang memiliki struktur organisasi dan tidak ada persyaratan bagi tenaga kerja.

Dalam usaha ini keluarga sangat terlibat. Walaupun membuat *pothil* bukan pekerjaan utama kaum suami, namun tanpa bantuan dan dukungan anggota keluarga yang lain seperti suami dan anak sangatlah berat.

Ketrampilan membuat *pothil* diajarkan secara turun menurun, mulai dari keluarga yang lebih dahulu bisa, kemudian melihat, mencoba, berlatih dan akhirnya biasa. Sehingga dengan sendirinya mereka menjadi karyawan tetap dari industri rumah tangga yang kemudian didirikan oleh masing-masing keluarga. Anggota keluarga meskipun sebagai karyawan tidak dilakukan sistem pengupahan, namun pemberian uang yang

dilakukan sebagian pemberian nafkah keluarga. Untuk anak-anak mereka telah diwujudkan dalam bentuk uang saku sekolah harian. Menurut Suwatno (2003), ketrampilan kerja yaitu kecakapan/ keahlian untuk melakukan suatu pekerjaan yang hanya diperoleh dalam praktek. Ketrampilan ini dikelompokkan: 1. Ketrampilan mental seperti menganalisa data, membuat keputusan, menghitung, menghafal dll. 2. Ketrampilan fisik seperti mencangkul, menggergaji dll. 3. Ketrampilan sosial seperti pidato, menawarkan barang dll.

2. Profil industri rumah tangga makanan tradisional *pothil* dilihat dari aspek produksi

Produksi menurut Suwatno dan Rasto (2003), adalah kegiatan yang dilaksanakan melalui suatu system produksi dengan merubah faktor-faktor produksi yang tersedia sehingga menjadi barang jadi dan jasa. Faktor-faktor produksi tersebut yaitu modal usaha, mesin, metode, bahan baku, dan peralatan produksi.

Menurut Soekartawi (2003), dalam kegiatan proses produksi, modal dibedakan menjadi dua macam, yaitu modal tetap dan modal tidak tetap/variabel. Perbedaan tersebut disebabkan karena ciri yang dimiliki oleh modal tersebut. Faktor produksi seperti tanah, bangunan dan mesin-mesin sering dimasukkan dalam kategori modal tetap. Dengan demikian modal tetap dapat didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam sekali proses produksi tersebut. sebaliknya modal tidak tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam

proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi dan habis dalam satu kali proses produksi tersebut.

Di industri makanan tradisional *pothil* ini, modal yang diteliti adalah modal tidak tetap, karena modal tetap yang mereka gunakan adalah tanah dan bangunan rumah mereka sendiri. Modal usaha yang digunakan berasal dari uang sendiri kecuali mereka yang meneruskan usaha orang tuanya. Menurut mereka, modal untuk usaha *pothil* ini cukup murah dan untuk setiap harinya mereka memiliki modal rangkap 3, sehingga walaupun dalam satu kali produksi butuh waktu 3 hari kemudian baru bisa menjual, namun tiap hari mereka tetap mampu menjalankan kegiatan produksi. Alat produksi yang digunakan hanya peralatan dapur yang sederhana dan masih tradisional.

Untuk bahan baku meskipun di Salaman banyak dihasilkan tanaman ketela, namun untuk memenuhi kebutuhan bahan baku industri *pothil* tiap hari tidaklah mencukupi. Pengadaan bahan utama yaitu ketela, dengan mendatangkan pemasok (dari Kaliangkrik dan Wonosobo). Sedangkan untuk bahan lain seperti bumbu, minyak goreng, wijen, garam, pewarna dibeli di pasar tradisional. Hampir semua industri *pothil* di Karanganyar menggunakan bahan baku yang sama, oleh karena itu dibutuhkan wadah untuk memudahkan industri *pothil* memperoleh bahan-bahan kebutuhan dalam memproduksi *pothil*.

Peralatan yang digunakan dalam pengolahan masih bersifat tradisional, sehingga perlu adanya sentuhan teknologi seperti

pembudayaan dalam menggunakan parut dynamo, sehingga efisiensi kerja dapat tercapai.

Cara pembuatan *pothil* sebenarnya cukup mudah, namun butuh waktu yang lama. Biasanya mereka butuh waktu 3-4 hari untuk sekali operasi. Hal ini dikarenakan tiap tahap pengolahan *pothil* membutuhkan waktu untuk pendiaman selama semalam (kecuali sudah dibentuk). Menurut mereka, produk yang dihasilkan dengan pendiaman (untuk tiap tahap) akan berbeda dengan produk yang sehari dibuat langsung jadi. Jika langsung jadi dalam sehari, selain warnanya tidak menarik, teksturnya liat juga akan menyerap banyak minyak goreng, sehingga akan menambah biaya produksi padahal biaya tetap.

Pothil diproduksi di dapur rumah, walaupun membutuhkan waktu yang panjang untuk memproduksi, tetapi mereka tetap berusaha untuk selalu memiliki produk yang siap jual setiap harinya. Sehingga, kaum ibu selaku penanggung jawab utama usaha ini banyak meluangkan waktu hariannya untuk bekerja memproduksi *pothil*.

Dalam memenuhi kebutuhan pasar, mereka belum memiliki target atau perhitungan dengan ilmu ekonomi. Mereka berprinsip bahwa yang penting dapat uang untuk membeli bahan lagi. Produk yang mereka pasarkan tiap harinya apabila ada banyak, mereka juga menjual dalam jumlah banyak. Namun bila produksi sedikit, mereka juga tidak memaksakan harus dalam jumlah tertentu tetapi dalam jumlah yang sedikit itu mereka menjual juga ke pasar.

Dari 14 responden mengaku tidak ada yang mengetahui asal usul makanan *pothil*. Salah satu responden menyebutkan bahwa sebelumnya produk yang dibuat yaitu alen-alen/lanting yang digandeng dengan seutas tali bambu (*tutus*), tapi bagaimana sejarahnya hingga sekarang memproduksi *pothil* sudah tidak bisa dirunut lagi. *Pothil* hampir sama dengan alen-alen, hanya saja bentuknya seperti cincin yang bergandeng membentuk bulat sedikit cekung ditengahnya dengan diameter kurang lebih 25 cm untuk yang ukuran besar dan 15 cm untuk yang ukuran kecil. Warnanya kuning bersih, tekstur renyah, rasanya gurih dan ditengah-tengahnya terdapat beberapa wijen.

3. Profil industri rumah tangga makanan tradisional *pothil* dilihat dari aspek pemasaran

Pemasaran produk yang dilakukan oleh pengusaha *pothil* masih sederhana. Gambaran tentang pemasaran *pothil* di industri, bila dilihat dengan strategi pemasaran 4P dari marketing mix adalah sebagai berikut:

a. Produk

Dari produk yang dihasilkan, tidak ada spesifikasi dari masing-masing industri. Mereka memiliki produk yang sama, mulai dari bentuk, warna, tektur, rasa, topping/pemberian wijen, bahkan harga. Mereka mengaku belum pernah mengubah atau memodifikasi produk *pothil*. Mereka khawatir justru malah tidak akan laku, padahal biaya bertambah. Namun mereka perlu mencoba mengembangkan produk agar lebih diminati konsumen seperti

memperbaiki tekstur agar lebih empuk, yaitu dengan cara memperkecil ukuran bulatan *pothil*, dan menambah waktu penggorengan, sehingga *pothil* yang dihasilkan lebih kering dan renyah. Hal ini sesuai dengan pendapat Indriyo Gitosumarmo (1994) bahwa, pengusaha dapat mempengaruhi konsumen lewat produk yang ditawarkan kepada konsumen, dengan cara membuat produk tersebut sedemikian rupa sehingga produk tersebut dapat menarik perhatian konsumen.

b. Harga

Penetapan harga yang dilakukan masih sederhana atau menyesuaikan dengan harga yang dipasaran. Perhitungan biasanya hanya memperhitungkan harga dari penggunaan bahan baku, bahan campuran dan harga plastik. Ketika harga bahan baku naik, mereka tidak bisa menaikkan harga karena khawatir tidak laku, yang mereka lakukan yaitu mengurangi jumlah bulatan-bulatan *pothil*, tetapi diusahakan ukuran masih tetap sama. Terlebih lagi karena hampir semua penjual *pothil* berasal dari Karanganyar, mereka menjual produk yang sama dengan harga yang sama pula. Harga jual murah, karena usaha ini tidak menggunakan tenaga kerja dari luar rumah dan belum digunakannya perhitungan dengan biaya titik impas.

c. Saluran penjualan

Produksi *pothil* yang walaupun masih secara tradisional, namun produknya begitu banyak. Tetapi ini yang menjadi

pertanyaan, kenapa usaha ini pemasarannya hanya di wilayah Salaman (kecuali dibawa orang luar daerah sebagai oleh-oleh). Pengusaha *pothil* hanya menjual produk di pasar tradisional dekat dusun yang berjarak 1,5 km. Mereka hanya menempuhnya dengan jalan kaki, alasannya ketika *pothil* itu dijual jauh berapa uang yang harus mereka keluarkan untuk transport. Di pasar ini (Krasak) mereka membawa dagangan dan sudah ada tengkulak yang akan membeli dan menjual lagi produk mereka. Dua pengusaha *pothil* ada yang menjual langsung ke konsumen produk mereka yaitu dijual di pasar Borobudur. Bahkan ada yang tidak pernah membawa ke pasar karena tengkulak langsung datang ke rumah untuk membeli. Hal ini sejalan dengan pendapat Indriyo Gitosumarmo, 1994 bahwa distribusi yang memenuhi kebutuhan konsumen juga dapat diterapkan agar dapat menarik para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Untuk barang kebutuhan sehari-hari distribusinya dibuat sedekat mungkin dengan konsumen.

d. Promosi

Hampir semua pengusaha *pothil* belum pernah melakukan promosi, menurut mereka promosi akan menambah biaya, tetapi tidak dapat menaikkan harga. Ketika ada pendatang dan membeli produk untuk oleh-oleh ke luar daerah, itulah salah satu media promosi yang pernah mereka alami.

Hal ini sesuai dengan pendapat Indriyo Gitosumarmo (1994) bahwa, promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan mereka, kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.