BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Profil

Istilah profil menurut J.S Badudu (1994) berarti pandangan dari samping tentang wajah orang, raut muka, atau tampang. Menurut Sumadji yang dikutip oleh Asih Ratnasih (2003) dalam kamus ilmu sosial profil adalah gambaran grafis dari tingkat-tingkat yang berhubungan dengan serangkaian ciri tertentu.

Profil menurut Kommaruddin (1984) adalah grafik yang menyajikan secara kuantutatif seperangkat karakteristik yang ditentukan oleh tes. Sedangkan menurut Peter Salim dan Yeni Salim (1991) profil adalah rencana atau penjelasan singkat mengenai bagian-bagian utama. Dari berbagai pendapat tentang definisi profil di atas memberi penjelasan bahwa profil merupakan suatu penggambaran tentang suatu objek secara jelas dilihat dari berbagai segi yang menjadi karakteristik obyek tersebut

2. Pengertian Industri

Industri menurut Badan Pusat Statistik (2000) adalah tempat pengolahan bahan dasar menjadi barang jadi atau barang yang lebih tinggi nilai jualnya. Departemen Perindustrian dan Perdagangan (1994) mendefisinikan industri sebagai kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah menjadi bahan setengah jadi atau barang jadi yang menjadi barang bernilai lebih dalam penggunaanya termasuk kegiatan rancang bangun dan mereka yang menyusun

industri dalam pengolahan bahan dibutuhkan tempat untuk proses produksi agar menghasilkan produk yang diinginkan.

Menurut Sujadi Prawirosentono (1997) pengertian industri adalah suatu tempat yang menghasilkan dan menjual barang sejenis. Selama menjual barang dibutuhkan tempat yang berfungsi untuk menghasilkan barang yang diproduksi.

Melihat pengertian di atas, maka industri pada prinsipnya sama merupakan tempat mengolah bahan. Dalam pengolahan bahan tersebut, suatu industri perlu sekali memperhatikan tempat pengolahan yang tepat karena akan mempengaruhi efektivitas dan kenyamanan dalam bekerja, sehingga dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan industri slondok adalah tempat pengolahan bahan baku (singkong) menjadi bahan jadi (slondok).

3. Pengertian Profil Industri

Profil industri yang dimaksud pada penelitian ini adalah gambaran atau potret tempat pengolahan bahan dasar menjadi barang jadi atau barang yang lebih tinggi nilai jualnya.

Menurut Ammirullah dan Imam Hardjanto (2005) dalam konteks bisnis manajemen dapat dibagi menjadi empat bidang utama ; a) bidang pemasaran, b) bidang produksi, c) bidang keuangan dan d) bidang sumber daya manusia.

4. Manajemen

Sukanto Reksohadiprodjo (2000) menyatakan bahwa manajemen adalah proses merencanakan dan mengambil keputusan, mengorganisir, memimpin dan mengandalkan sumber daya manusia, keuntungan fisik dan informasi guna mencapai sasaran organisasi dengan cara efisien dan efektif.

Menurut Suharsimi Arikunto (1990) Manajemen dapat diartikan pengelolaan-pengelolaan menurut pengertian modern adalah suatu usaha bersama sekelompok manusia untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya dan dana yang ada.

Menurut M. Fuad (2001) manajemen adalah sutu proses yang melibatkan kegiatan perencanaan, penggorganisasian, penggarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran perusahaan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses pelaksanaan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu yang diselenggarakan dan diawasi.

Menurut Ammirullah dan Imam Hardjanto (2005) Dalam konteks bisnis, manajemen dapat dibagi dalam empat bidang utama, walaupun dalam bisnis tertentu bidang–bidang itu dapat berkembang sesuai dengan skala perusahaan dan strategi yang dikembangkan Manajemen atau juga dapat disebut bidang bisnis dapat dikelompokkan dalam ; a) bidang pemasaran, b) bidang produksi, c) bidang keuangan dan d) bidang sumber daya manusia.

Menurut Amiirullah dan Haris Budiyono (2004) bidang-bidang manajemen dikelompokkan menjadi empat bidang utama yaitu :) bidang pemasaran, b) bidang produksi, c) bidang keuangan dan d) bidang sumber daya manusia

Menurut Hani Handoko (1997) bidang-bidang manajemen dibagi menjadi beberapa diantaranya yaitu manajemen sumber daya mausia, manajemen keuangan, manajemen produksi dan manajemen pemasaran

a. Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan dan kemajuan melalui proses pertukaran (Kotler Philip, 1994). Indiyo Gitosumarno (1994) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkan dapat diterima dan disenangi pasar. Jadi pemasaran merupakan kegiatan yang mengusahakan agar produk diterima konsumen untuk pemenuhan dan pemuas kebutuhan. Dalam pemasaran terjadi perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke konsumen. Jangkauan pemasaran sangat luas, berbagai tahap kegiatan harus dilalui hingga barang atau jasa sampai ke tangan konsumen.

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya membutuhkan strategi dalam pemasaran. Strategi yang banyak dan sering digunakan adalah strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasaran atau *Marketing Mix* merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yang memuat unsur-unsur yang penting dan perlu dilakukan untuk memantapkan posisi perusahaan dan mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Basu Swastha (1997) *Marketing Mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi dan saluran distribusi.

Sedangkan menurut M. Mursid (1997) bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah faktor-faktor yang dikuasai, digunakan dikendalikan oleh sesorang manajer untuk mempengaruhi jumlah permintaan dan menaikkan omset. *Marketing mix*/ bauran pemasaran terdiri dari :

1) Produk/*product*

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian yang digunakan, dimili, dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan (Kotler dan Amstrong, 2001). Menurut M.H Soetrisno (1991) Produk adalah menyangkut pemilihan barang yang akan ditawarkan secara tepat kepada konsumen. Produk yang dimaksud dalam hal ini adalah setiap barang yang dihasilkan perusahaan melalui proses produksi untuk dijual kepada konsumen. Kebijakan produk perusahaan juga menyertakan atribut produk yaitu mutu, tampilan, model, pilihan, nama merk, pengemasan, garansi/jaminan.

2) Harga/price

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan kepada konsumen dengan manfaat dari memiliki/menggunakan produk/jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli (MH. Soetrisno, 1991). Harga sering dijadikan indikator oleh konsumen terhadap kualitas suatu produk. Konsumen sering menggunakan harga sebagai kriteria utama dalam menentukan nilainya.

Apabila harga lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang lain maka dianggap memiliki kualitas yang lebih baik. Basu Swastha & T.Hani Handoko (1989) mendefisinikan harga sebagai berikut : “ harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”.

Dari definisi diatas harga mengandung dua komponen pokok yaitu: barang yang dibayar oleh konsumen sudah termasuk pelayanan, dan penjual ingin mendapatkan keuntungan dari dari harga yang ditetapkan.

3) Promosi/*promotion*

Menurut Basu Swastha (1997) promosi adalah arus informasi persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang pada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Dari definisi tersebut jelas bahwa promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran. Promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan disamping itu dapat dijadikan alat untuk menimbulkan keinginan konsumen untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Adapun alat –alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan produksnya, menurut Indriyo (1996) pengusaha dapat memilih beberapa cara yaitu :

a) Pengiklanan, baik melauli media surat kabar, majalah, radio, televisi, atau dalam bentuk – bentuk poster poster yang dipasang di penggir jalan

b) Promosi penjualan *(sales promotion)* seperti membuat *booklet*, ikut pameran dan lain-lain

c) *Personal Selling*, promosi dan penjualan langsung kepada konsumen.

d) Publisitas *(publication)* seperti yang dilakukan pada media iklan tetapi dalam bentuk pemberitaan.

Selain empat variable daiatas, lokasi penjualan juga sangat berpengaruh terhadap kelancaran kegiatan pemasaran. Harimurti Subanar (1995) mengemukakan bahwa lokasi yang mudah dilihat, mudah di temukan, dan tidak sulit menjangkaunya akan sangat membantu dalam memasarkan produk dan jasa.

4) Saluran distribusi (place)

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen. Perusahaan dalam melaksanakan distribusi adalah bekerja sama dengan para penyalur pemasaran dan distributor kemudian membentuk saluran distribusi, dalam pendistribusian diperlukan tempat yang memadai seperti halnya jumlah dan jenis perantara, lokasi, tingkat persediaan, transportasi.

Dalam kegiatan distribusi ada beberapa macam aliran distribusi menurut basu swasta (1996):

a) Produsen → konsumen

b) Produsen → pengecer → konsumen

c) Produsen → pedagang besar → pengecer → konsumen

b. Manajemen Produksi

Manajemen produksi menurut Pontas M. Pardede (2005) adalah : segala bentuk dan jenis pengambilan putusan mulai dari penentuan jenis barang atau jasa yang akan dihasilkan, sumber daya–sumber daya yang dibutuhkan, cara pengolahannya, teknik operasi dan produksi yang akan digunakan, sampai barang atau jasa tersebut di tangan pemakai atau pengguna.

Menurut Sri Wening dan Sicilia Sawitri (1994) fungsi manajemen produksi dapat digolongkan menjadi tiga buah fungsi meliputi perencanaan produksi, pelaksanaan produksi dan pengawasan produksi.

1. Perencanaan produksi

Setiap pengusaha tidak menghendaki adanya kerugian, mereka berusaha untuk memperlancar usaha agar usahanya dapat berjalan lancar dan dapat meningkatkan produksi. Tentu saja harus direncanakan dengan teliti, apabila usaha tersebut dibidang produksi maka perlu adanya perencanaan produksi yang harus dilakukan.

Dalam suatu kegiatan usaha perencanaan merupakan bagian dari fungsi manajemen. Perencanaan dapat diartikan sebagai serangkaian

tindakan yang dilakukan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan juga untuk menekan inefisiensi dintaranya pemborosan bahan dan penyimpanan fungsi bahan. Perencanaan meliputi seluruh kegiatan mulai dari penentuan jenis barang yang akan dibuat, perencanaan pengadaan dan penanganan sumber daya-sumber daya yang akan diolah, penentuan jumlah dan jenis tata letak peralatan yang akan digunakan, penentuan cara dan teknik pengolahan yang akan digunakan, penentuan ciri dan sifat yang harus dimiliki produk, serta penentapan waktu kapan produk harus siap untuk dipasarkan (Pontas M. Pardede, 2005). Menurut Ray Wild dalam Komarudin (1991) perencanaan produksi adalah penentuan, perolehan dan persiapan segenap fasilitas yang diperlukan untuk memproduksi barang-barang dikemudian hari. Fasilitas yang dimaksud adalah segala sesuatu (sumber daya) yang harus ada untuk pelaksanaan kegiatan jenis produksi misalnya; bahan baku, tenaga kerja , mesin dan lain-lain. Sedangkan menurut Agus Ahyari (1998) perencanaan produksi adalah perencanaaan tentang produk apa dan berapa jumlahnya msing-masing yang segera akan diproduksikan pada periode yang akan datang. Menurut beberapa definisi di atas perencanaan adalah penentuan, perolehan, persiapan segenap fasilitas (modal, bahan baku, tenaga kerja, mesin, tempat produksi dan lain-lain) yang diperlukan untuk memproduksi suatu produk dengan jumlah yang telah direncanakan yang akan diproduksi di masa datang.

2. Pelaksanaan produksi

Pelaksanaan kegiatan produksi adalah penggunaan tenaga kerja manusia dan alat untuk mengolah bahan baku dan bahan tambahan yang tersedia untuk membuat barang atau jasa. Kegiatan pengolahan dilaksanakan sesuai dengan teknologi yang digunakan dalam pengolahan tersebut. Jenis teknologi yang digunakan dalam pengolahaan tersebut akan menentukan cara pengolahan bahan dan jenis alat yang digunakan. Jenis teknologi juga menentukan daya kerja perusahaan yaitu jumlah barang yang akan dibuat dengan menggunakan sejumlah tertentu bahan baku dan tenaga kerja serta sejumlah jam tertentu (Pontas M. Pardede, 2005). Menurut Indriyo Gitosudarmo (1994) pelaksanaan produksi adalah membuat bahan baku menjadi barang jadi. Pelaksanaan produksi adalah suatu metode atau cara membentuk suatu barang dari bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi.

3. Pengawasan produksi

Pengawasan merupakan tindakan seorang manager untuk menilai dan mengendalikan jalannya suatu kegiatan yang mengarah demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Richard L.Daft (2000) pengawasan produksi adalah memantau aktivitas karyawan agar tetap berjalan kearah pencapaian sasaran dan membuat koreksi bila diperlukan. Selain itu Hamdan Mansoer (1989) berpendapat bahwa pengawasan adalah mengukur pelaksanaan dengan acuan dan tujuan yang ditetapkan mencari penyebab adanya penyimpangan dan

mengadakan tindakan korektif bila diperlukan. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengawasan produksi adalah memantau, menilai dan mengendalikan aktifitas karyawan dengan acuan tujuan yang ditetapkan mencari penyebab adanya penyimpangan dan mengadakan tindakan korektif bila diperlukan

c. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan aktifitas yang besangkutan dengan usaha untuk mendapatkan dana dan menggunakan dana tersebut. Sementara menurut Erlina yang dikutip oleh Viona Rosavita mengungkapkan bahwa manemen keuangan merupakan manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan, di mana fungsi tersebut antara lain fungsi bagaimana memperolah dana dan menggunakan dana tersebut.

Dalam manajemen keuangan tak juga dapat dilepaskan dengan modal. Modal menurut Pandji Anoraga (1997) adalah barang/hasil produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk lebih lanjut. Menurut Bambang Riyanto (1991) modal dibedakan menjadi dua yaitu modal lancar(aktiva lancar) dan modal tetap (aktiva tetap). Pengertian dari modal lancar adalah aktiva yang habis dalam proses satu kali berputar dalam proses produksi dan proses berputarnya dalam jangka waktu pendek. Sedangkan modal tetap adalah aktiva yang tahan lama yang tidak atau secara berangsur-angsur habis turut serta dalam proses produksi seperti tanah, masin dan lain-lain.

Modal merupakan faktor penting yang mempunyai arti yang lebih menonjol dalam kegiatan usaha, sebab modal merupakan urat nadi bagi suatu perusahaan (Harimurti Subanar, 2001).

Selain modal dalam manajemen keuangan juga membahas tentang pengupahan/pengajian. Menurut Suwanto dan Rasto (2003) definisi gaji, upah dan upah intensif adalah sebagai berikut : gaji adalah balas jasa yang dibayarkan secara periodik pada karyawan tetap serta mempunyai jaminan yang pasti. Upah adalah balas jasa yang dibayarkan kepada karyawan hrian dengan berpedoman atas penggajian yang disepakati. Sedangkan upah intensif adalah balas jasa yang diberikan kapada karyawan tertentu yang mempunyai prestasi diatas prestasi standar.

Sistem penggajian saat ini beraneka ragam dan cenderung tidak menggunakan pedoman yang pasti dalam menentukan upah bagi karyawan /pekerja. Menurut Harimurti Subanar (2001) berbagai pengaturan penggajian yang terdapat pada usaha kecil dan kerajinan di Yogyakarta umumnya berdasarkan jumlah dan kuantitas produk yang dihasilkan oleh pekerja. Slamet Saksono (1998) lebih lanjut membagi sistem pengupahan menjadi empat yaitu :

1) Sistem pengupahan menurut waktu

Dalam sistem ini, hasil pekerjaan bukan merupakan suatu ukuran. Pekerja dibayar berdasarkan waktu yang dihabiskan perjam, per minggu, per bulan atau pertahun. Dengan sistem pengupahan ini

pengusaha diharapkan pada kemungkinan pekerjaan yang dilakukan pekerja mengguntungkan atau merugikan perusahaan.

2) Sistem pengupahan menurut hasil kerja

Dengan sistem ini, pekerja dibayar untuk jumlah unit pekerjaan yang dapat diselesaikan tanpa menghiraukan jumlah waktu yang digunakan. Oleh karena itu pekerja cenderung memanfaatkan setiap waktu yang ada agar dapat menyelesaikan unit pekerjaan lebih banyak. Dengan sistem ini pihak pengusaha dihadapkan pada tanggung jawab keuntungan dan kerugian yang berkaitan dengan kualitas tiap unit pekerjaan yang dihasilkan oleh pekerja.

3) Sistem pengupahan menurut standar waktu

Dengan system ini, upah dibayarkan berdasarkan waktu yang telah distandarisasi. Premi/bonus merupakan pembayaran ekstra yang diberikan kepada pekerja sebagai suatu pendorong agar pekerja mau meningkatkan prestasinya sebaik dan semaksimal mungkin.

4) Sistem pengupahan menurut kerja sama pekerja dan pengusaha

Sistem ini meliputi pembagian keuntungan yang pembayarannya dilakukan dikemudian sebagai tambahan dikombinasikan dengan system pembayaran upah yang telah ditentukan.

d. Manajemen Sumber Daya Manusia.

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah manusia yang merupakan tenaga kerja perusahaan. Manusia berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi, karena manusia menjadi perencana, pelaku dan penentu

terwujudnya tujuan organisasi (H. Malayu, 2006). Menurut Talidziduhu Ndraha (1993) yang dimaksud dengan SDM adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan baik di dalam maupun di luar hubungan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Pengertian lain dari SDM secara mikro menurut Hudori Nawawi (2001) adalah manusia atau orang yang bekerja menjadi anggota suatu organisasi yang disebut personil, pegawai, karyawan, pekerja, tenaga kerja dan lain-lain. Posisi SDM dalam perusahaan sangatlah penting. SDM merupakan asset atau kekayaan perusahaan, oleh karena itu penting untuk memahami cara pengelolaan SDM secara benar sehingga tujuan organisasi tercapai. Begitu juga dengan industri slondok, pengembangan industri selain membutuhkan modal kerja dan bahan baku industri juga dituntut tersedianya SDM yang dapat mendukung efisiensi, efektifitas, dan produktifitas dalam proses produksi. Unsur-unsur SDM dalam penelitian meliputi, usia, jenis kelamin, jumlah tenaga kerja yang berpengaruh terhadap kemampuan produksi, tingkat pendidikan dan pengalaman yang berpengaruh pada pengorganisaian usaha.

5. Industri Slondok

a. Pengertian Industri Slondok

Industri slondok merupakan unit usaha yang mengolah bahan makanan lokal yaitu singkong menjadi produk jadi (Slondok). Bahan yang digunakan hanya menggunakan bahan makanan lokal yang mudah didapat di daerah sekitar.

Industri slondok termasuk industri rumah tangga yang terdapat di daerah Banjarharjo Kalibawang yang hampir setiap rumah memproduksi slondok untuk dipasarkan.

b. Pengertian Slondok

Slondok adalah makanan tradisional yang banyak ditemukan di daerah Banjarharjo Kabupaten Kulon Progo. Dalam penelitian ini peneliti tidak menemukan referensi tentang slondok secara khusus. Oleh karena itu peneliti melakukan observasi terlebih dahulu untuk mengetahui tentang produk slondok.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 18 mei 2008, pukul 10.00 WIB di daerah Banjarharjo dengan sumber yaitu bapak Nur Kholis, slondok adalah makanan yang terbuat dari bahan dasar ketela/singkong yang mempunyai bentuk seperti cincin, warna kekuningan, tekstur agak keras dan rasa gurih. Slondok ini hampir sama dengan alen-alen hanya saja warna dan bentuknya yang berbeda.

Dalam golongan makanan tradisional slondok termasuk dalam golongan kudapan atau camilan atau makanan kecil. Makanan kecil adalah makanan ringan yang praktis dikonsumsi biasanya diantara waktu makan dan dalam kedaan santai.

Sebagai gambaran umum, slondok merupakan makanan kecil atau makanan jajanan karena banyak dijumpai di pasar tradisional, yang terbuat dari ketela pohon dan mempunyai karakteristik tekstur renyah dan rasa

yang gurih, serta memiliki warna yang kuning dengan bentuk bulat seperti cincin

c. Bahan Baku Slondok

Bahan baku adalah bahan pokok yang harus ada dalam pembuatan atau proses produksi. Bahan baku dalam pembuatan slondok terbagi menjadi dua macam yaitu :

1) Bahan Utama

Bahan utama untuk membuat slondok adalah ketela /Ubi kayu/ Singkong. Di Indonesia ubi kayu dijadikan makanan pokok nomor tiga setelah padi dan jagung. Ubi kayu mempunyai banyak nama daerah diantaranya : ketela pohon, singkong, ubi jendal, telo pohong dan telo jendal.

Menurut Kus Irianto yang dikutip oleh Siti Nurimah, di dalam singkong terdapat asam sianida (HCN) yang bersifat racun. Singkong yang berkadar asam sianida rendah yaitu kurang dari 50mg/kg. Sedangkan yang berkadar tinggi yaitu lebih dari 100mg/kg ubi yang sudah dikupas.

Untuk menghindari bahaya racun asam sianida caranya adalah memilih jenis atau varietas ubi yang kadar asam sianidanya rendah. Ubi kayu yang berkadar asam sianida tinggi ditandai dengan rasa pahit dan bila dipotong warnanya berubah menjadi biru. Ubi kayu yang berkadar asam sianida tinggi sebaiknya dibuat tepung tapioka.

Cara menghilangkan kadar HCN adalah dibilas air sebelum diolah. Metode paling ampuh untuk mengurangi kadar HCN sampai 85% adalah dengan cara menumbuk kemudian mengeringkan ubi tersebut.

Dalam taksonomi tumbuhan, kedudukan ubi kayu sebagai berikut :

Kingdom	: *Plantea* (tumbuh-tumbuhan)
Divisi	: *Spermatophyta* (tumbuhan berbiji)
Subdivisi	: *Angiospermae* (berbiji tertutup)
Kelas	: *Dicotyledonae* (biji berkepang dua)
Ordo	: *Euphorbiales*
Famili	: *Euphorbiaceae*
Genus	: *Manihot*
Spesies	: *Manihot esculentaa Crantz sin M. utilissima Pohl*

(Rahmat Rukmana, 1997)

Ubi kayu/singkong merupakan jenis umbi yang paling banyak dikonsumsi masyarakat, selain sebagai variasi bahan pangan, ada beberapa daerah yang memang makanan pokoknya adalah ubi kayu. Ubi kayu/singkong sebagai variasi bahan makanan, sekarang banyak sekali muncul produk olahan ubi kayu/singkong seperti : getuk, tiwul, lemet dan juga slondok.

Singkong mengandung glikosida yang jumlahnya bervariasi. Bila kadar glikosida lebih dari 100 mg/1 kg singkong, jenis ini disebut singkong pahit, sedangkan bila kurang dari 30 mg/ kg singkong disebut singkong manis. Glikosida ini yang menyebabkan rasa pahit dan bila

dimakan di dalam perut diubah menjadi asam *hidrocycan*. Asam ini dapat mempengaruhi pernapasan, sehingga orang dapat mati kekurangan oksigen (C. Soejati Tarwotjo, 1998 :54)

Tabel 1. Kandungan gizi singkong

No	Kandungan gizi	Jumlah
1	Kalori	146 kal
2	Protein	1,2 g
3	Lemak	0,3 g
4	Karbohidrat	34,7 g
5	Kalsium	33 mg
6	Fosfor	40 mg
7	Besi	0,8 mg
8	Air	12 g
9	Vitamin B1	0,06 mg
10	Vitamin C	30,00 mg

Sumber : Direktorat Gizi Dep Kes RI, 1991.

2) Bahan Tambahan

Bahan tambahan merupakan bahan yang menolong terciptanya suatu barang (Sujadi Prawirosentono, 1997). Dalam pengolahan makanan tradisional slondok, selain menggunakan bahan utama juga menggunakan bahan tambahan. Bahan tambahan yang digunakan adalah garam yang digunakan sebagai bumbu. Teknik olah yang digunakan adalah menggoreng. Sehingga media yang digunakan adalah minyak goreng.

a. Garam

Garam disebut juga dengan nama *Sodium Chlorida* yang berguna untuk menstabilkan cairan di dalam tubuh dan mencegah kekraman dalam otot. Terdiri dari 40% *sodium* dan 60% *chloride* (Siti Hamidah, 1996).

Garam memiliki fungsi utama dalam makanan sebagai pemberi rasa asin/gurih dan penguat rasa dari suatu makanan. Selain sebagai bumbu makanan, garam juga sebagai pengawet.

b. Minyak Goreng

Minyak goreng sebagai medium penghantar panas, menambah rasa gurih, menambah nilai gizi dan kalori dalam bahan pangan (S. Ketaren 2005). Dalam pembuatan slondok, minyak goreng sebagai media mematangkan slondok yang sudah dijemur.

Jenis lemak yang baik untuk digunakan adalah minyak kelapa, minyak kelapa sawit atau lemak nabati dihidrogenasi dengan titik cair 35°-40° C. Minyak yang termasuk golongan setengah mengering atau minyak mengering misalnya minyak biji kapas, minyak kedelai, dan minyak jagung. Minyak biji matahari tidak dapat digunakan sebagai minyak goreng, hal ini karena minyak tersebut jika kontak dengan udara pada suhu tinggi, akan cepat teroksidasi sehingga berbau tengik. Pemanasan minyak secara berulang-ulang pada suhu tinggi dan dalam waktu yang cukup lama, kan menghasilkan senyawa polimer yang berbentuk padat dalam minyak. Minyak yang telah rusak tidak hanya menyebabkan kerusakan nilai gizi, tetapi juga merusak tekstur dan rasa dari bahan pangan yang digoreng (S. Ketaren, 2005)

d. Proses Pembuatan Slondok

Tabel 2. Formula pembuatan slondok

No	Bahan	Jumlah
1	Ubi kayu	1 Kwintal
2	Garam	1 kg
3	Minyak goreng	18 liter

Sumber. Hasil wawancara bapak Nurkholis

1) Proses pembuatan slondok melalui tahap

Penggolahan makanan tradisional slondok menggunakan teknik tradisional yaitu secara manual dengan pembentukan dengan tangan.

a. Pengupasan

Pengkupasan adalah cara menghilangkan kulit luar suatu bahan dengan cara mengerat/mengiris tipis-tipis menggunakan alat pengupas atau pisau. Pengupasan singkong dilakukan untuk menghilangkan kulit bagian luar dengan cara dikerat menggunakan pisau.

b. Penyortiran

Penyortiran disini dimaksudkan untuk memilih singkong yang akan digunakan, apa bila singkong berwarna biru, singkong tersebut tidak digunakan karena akan mempengaruhi rasa slondok.

c. Pencucian

Pencucian untuk membersihkan bahan menggunakan air bersih dan bahan lain dengan tujuan menghilangkan kotoran, mikoorganisme yang menempel pada permukaan bahan makanan. Pencucian pada singkong dilakukan untuk menghilangkan kotoran

tanah dan juga HCN yang ada pada permukaan singkong sampai berih, dengan cara digosok dengan tangan.

d. Pengkukusan

Mengkukus yaitu teknik olah dengan media uap panas. Benda yang dikukus diletakkan dalam alat yang berlubang-lunang yang dibawahnya terdapat air mendidih. Kemudian dipanasi hingga benda tersebut matang.

e. Penumbukan

Proses ini bertujuan untuk menghancurkan singkong yang sudah dikukus untuk mengambil serat yang ada pada singkong, pada proses penumbukan ini juga dilakukan proses pemberian rasa dengan menambahkan garam pada singkong yang sedang ditumbuk. Penumbukan dilakukan menggunakan alu dan lesung.

f. Penggilingan

Proses ini bertujuan untuk mendapatkan adonan singkong yang lebih halus dan mudah dibentuk. Penggilingan menggunakan alat yang dinamakan gilingan daging. Penggilingan dilakukan dua kali agar menghasilkan adonan yang halus.

g. Pembentukan

Pembentukan dilakukan secara manual yaitu dengan membentuk bulatan kecil seperti cincin dengan diameter 2 cm

h. Penjemuran

Proses ini dilakukan untuk mendapatkan hasil slondok yang kering sehingga pada saat digoreng menghasilkan slondok yang renyah.

i. Penggorengan

Menggoreng adalah memasak makanan dengan menggunakan minyak panas (Kokom Komariah, 1990). Selama penggorengan akan terjadi beberapa perubahan seperti terbentuknya aroma, warna, dan penurunan kadar air. Sedangkan faktor yang mempengaruhi warna dihasilkan adalah frekuensi penggunaan minyak, suhu, dan lama penggorengan, serta jenis minyak yang digunakan (F.G Winarno, 1999)

j. Pemberian variasi rasa

Pemberian variasi rasa disini adalah menambahkan bawang yang sudah dihaluskan, kemudian dicampur dengan slondok yang sudah matang sambil diratakan..

k. Pengemasan

Pengemasan dilakukan untuk mempertahankan agar produk makanan tetap bersih dan memberikan perlindungan dari kerusakan fisik yang ditimbulkan oleh air, oksigen, serangga dan semacamnya (Haryoto 2000)

d. Karakteristik Slondok

Slondok mempunyai bentuk bulat seperti cincin dengan diameter ± 2 cm, mempunyai rasa gurih, warna kekuningan dan tektur yang renyah agak keras.

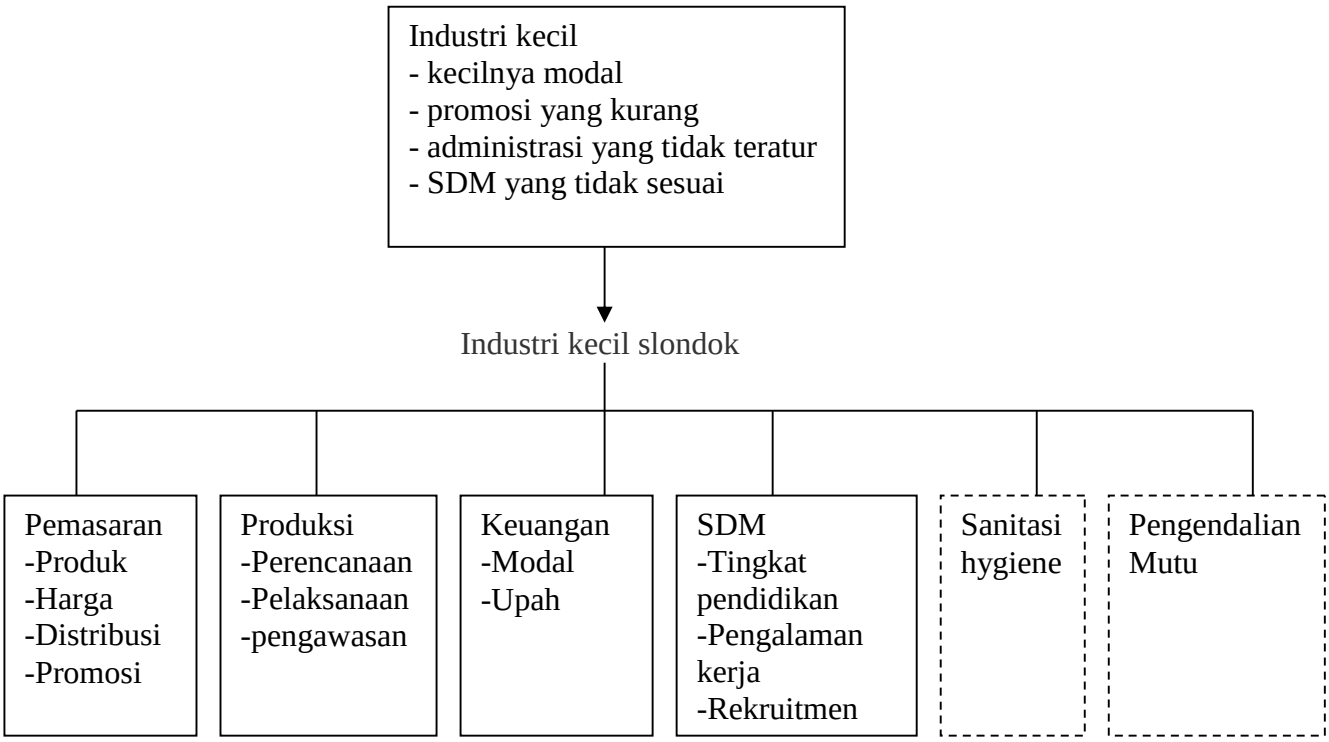
B. Kerangka Berfikir

Pertumbuhan sektor industri sekarang ini sedang mengalami peningkatan.Dalam perkembangannya tidak semua industri dapat berkembang dengan baik, hal tersebut disebabkan oleh berbagai macam kendala yang dihadapi dari masing-masing industri.

Industri makanan *slondok* yang berada di Desa Banjarharjo, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo merupakan salah satu dari sekian banyak industri makanan kecil yang tersebar di wilayah Yogyakarta. Industri ini merupakan industri rumah tangga yang memiliki tenaga kerja 1-4 orang dan sudah terdaftar di Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan mulai berkembang, akan tetapi manajemen usaha belum maksimal hal ini dapat dilihat dari manajemen sumber daya manusia yaitu rekruitmen pegawai yang berdasarkan kenalan dan tidak mempermasalahkan latar belakang pendidikan, pembagian kerja yang serabutan, tidak ada struktur organisasi yang jelas, penerapan system penggajian yang sederhana. Manajemen keuangan meliputi administrasi yang tidak teratur serta dana pribadi dan dana perusahaan masih tercampur, manajemen produksi meliputi peralatan yang kurang lengkap dan memadai, pelaksanaan produksi yang tidak sesuai jadwal, pengawasan produksi yang kurang itensif. Sedangkan manajemen pemasaran meliputi kurang luasnya promosi, kurangnya

media untuk promosi, pendistribusian yang kurang luas, sanitasi hygiene dan pengendalian mutu yang masih sederhana Untuk itu agar industri slondok dapat berkembang perlu diketahui permasalahannya, dari permasalahan tersebut diharapkan dapat diketahui jalan keluarnya sehingga industri dapat lebih berkembang. Langkah awal yang dilakukan adalah mengetahui gambaran tentang industri makanan slondok di Banjarharjo. Penggambaran yang dimaksud adalah profil industri makanan slondok Di Desa Banjarharjo, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo.

Diagram alir kerangka berfikir



Gambar 1. Diagram alir kerangka berfikir