BAN IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Banjarharjo adalah salah satu desa yang berada di kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo. Desa ini merupakan sentra industri makanan tradisional slondok. Banjarharjo merupakan satu dari empat desa yang masuk wilayah kecamatan Kalibawang. Kalibawang adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Kulon Progo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kalibawang merupakan kawasan agropolitan dan kawasan industri makanan tradisonal slondok. Kecamatan Kalibawang memiliki luas 52,97 Km2 atau 9,03 %, berpenduduk 33.046 jiwa, dengan rata-rata kepadatan penduduk 624 jiwa/Km2 terdiri dari 4 desa. Kecamatan kalibawang terbagi menjadi empat desa yaitu Banjararum, Banjaroya, Banjarharjo, Banjarasri dari keempat desa tersebut Banjarharjo dan Banjarasri merupakan sentra penghasil slondok, tetapi menurut data Depprindag Kabupaten kulon progo, pembuat slondok di Banjarharjo lebih banyak dibandingkan dengan pembuat slondok yang berada di Banjarasri. (Anonim, 2008)

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Identitas responden dikelompokkan menurut usia dan jenis kelamin.

a. Identitas menurut usia yaitu sebagai berikut :

Usia responden dalam penelitian ini berkisar antara 38–69 tahun, dapat dilihat Tabel 4.

Tabel 4. Identitas responden menurut usia

Usia (Tahun)	Frekuensi	%
< 39	1	16,67%
40 – 49	-	-
50 – 69	5	83,33%
Jumlah	6	100%

Dari data yang ditunjukkan pada Tabel 4 , dapat diketahui bahwa usia responden yang paling banyak berkisar antara 50 – 69 tahun yaitu sebanyak 5 orang atau 83,34%. Usia paling muda yaitu kurang dari 39 tahun sebanyak 1 orang atau 16,67%. Usia Responden slondok tersebut sebagian besar termasuk pada kelompok usia lanjut. Semua responden di desa Banjarharjo memiliki status sudah menikah dan menjadikan usaha slondok sebagai mata pencaharian pokok dalam memenuhi kebutuhan keluarga.

b. Identitas responden menurut jenis kelamin

Jenis kelamin produsen slondok yang ada di Desa Banjarharjo dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Identitas responden menurut jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	%
Pria	4	66,64%
Wanita	2	33,36%
Jumlah	6	100%

Berdasarkan Tabel 5. dapat diketahui bahwa produsen slondok di Desa Banjarharjo antara jenis kelamin pria dan wanita berjumlah enam orang dengan perbandingan lebih banyak laki-laki dari pada kaum perempuan. Jumlah produsen slondok dengan jenis kelamin pria adalah 4

orang atau sebesar 66,64%, sedangkan produsen slondok dengan jenis kelamin wanita sebanyak 2 orang atau 33,36%.

2. Profil Industri Makanan Sondok

A. Bidang Pemasaran

1) Produk

a) Karakteristik Produk

Karakteristik produk dari semua responden cenderung sama, mereka tidak memiliki ciri khusus dalam produk yang mereka buat, mulai dari bentuk yang bulat seperti cincin dengan ukuran diameter ± 2 cm, berwarna kuning, tekstur renyah dan rasa gurih.

Gambar 2. Slondok.

b) Mutu Produk

Dalam menjaga mutu atau kualitas slondok, faktor yang diutamakan oleh semua pengusaha slondok adalah menjaga bentuk dan warna.

c) Merk

Semua pengusaha slondok ini belum mempunyai merk pada produk mereka.

d) Kemasan

Kemasan yang digunakan pengusaha slondok adalah plastik besar, mereka tidak menggunakan kemasan kecil dikarenakan untuk lebih banyak mendapatkan keuntungan

Gambar 3. Kemasan slondok

e) Garansi Produk

Semua responden di Desa Banjarharjo tidak menggunakan garansi pada produknya.

f) Ijin Produk

Semua responden di Desa Banjarharjo sudah mendapatkan ijin untuk mengelola usahanya dan terdaftar di Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

g) Pengembangan produk

Usaha pengembangan produk dilakukan oleh semua responden. Usaha pengembangan produk yaitu dengan cara membuat variasi rasa pada slondok, rasa yang ditawarkan tidak hanya rasa gurih saja tetapi juga rasa bawang.

h) Jumlah produksi

Jumlah produksi responden berbeda-beda dalam setiap harinya. Berikut ini adalah tabel tentang jumlah produksi dalam sehari..

Tabel 6. jumlah produksi dalam 1 kali produksi

Jumlah bahan baku	Jumlah produk	Frekuensi
1 kwintal	35 kg	1
1 ½ kwintal	52 kg	2
2 kwintal	70 kg	3

i) Penyimpanan Produk

Penyimpanan produk yang dilakukan oleh pengusaha slondok hanya di dalam rumah saja. Mereka tidak menyediakan tempat khusus atau gudang untuk menyimpan produk tersebut.

2) Harga

a) Harga Produk

Harga jual slondok dari enam pengusaha slondok pada bulan Juli 2008 adalah :

Tabel 7. Harga Jual Slondok

Harga jual	Frekuensi	Prosentase
Rp 7000,-	5	83,33 %
Rp 7500,-	1	16,67 %

Data Tabel 7 menunjukkan harga jual slondok langsung dari pembuatnya atau harga kulakan. Harga diatas hanya selisih Rp 500,-. Padahal kalau dilihat dari produk slondoknya, pengusaha slondok ini membuat slondok dengan karakteristik sama.

b) Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran yang dilakukan oleh semua pengusaha slondok adalah dengan menggunakan sistem pembayaran secara tunai dan diangsur atau secara kredit. Adapun syarat yang ditetapkan oleh pengusaha slondok untuk pembelian secara kredit adalah rasa percaya, mereka tidak memerlukan jaminan ataupun uang muka. Jangka waktu pembayaran system kredit adalah 1-3 bulan.

c) Penentuan Harga Produk

Semua pengusaha slondok menentuakan harga penjualan produknya berdasarkan harga bahan baku dan jumlah keseluruhan bahan-bahan lainnya yang digunakan dalam proses pengolahan slondok.

Dalam menentukan harga penjualan produk semua pengusaha slondok mengalami kesulitan. Kesulitan yang dihadapi adalah jika bahan-bahan yang digunakan dalam proses pengolahan mengalami kenaikan harga. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka pengusaha slondok menaikkan harga jual sehingga mereka tidak mengalami kerugian.

3) Saluran Distribusi

a) Lokasi penjualan

Lokasi penjualan seluruh responden ini adalah rumah mereka sendiri, mereka cenderung pasif yaitu menunggu tengkulak untuk datang mengambil slondok.

b) Cara penjualan

Seluruh responden ini menjual produk slondoknya dengan cara menunggu tengkulak datang. Mereka lebih memilih cara ini dikarenakan lebih banyak mendapatkan untung dari pada mereka menjual langsung ke pasar-pasar, disamping jarak rumah dengan pasar sangat jauh.

c) Jangkauan Penjualan

Dari ke enam responden, produk slondok yang mereka buat sampai ke wilayah DIY dan sekitarnya meliputi Jogja, Kulon Progo, Bantul bahkan sampai di daerah Magelang.

Tabel 8. Jangkauan Penjualan

Jangkauan penjualan	Pengusaha slondok						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
Kulon Progo	v	v	v	v	-	v	5
Jogja	-	v	v	v	v	v	5
Bantul	v	-	-	v	v	v	4
Magelang	v	v	-	v	-	v	4

d) Waktu penjualan

Slondok dijual dalam jangka waktu dua atau tiga hari sekali setiap minggunya.

e) Sasaran Penjualan

Sasaran penjualan slondok ini belum ada segmentasi pasar, artinya pengusaha slondok memproduksi dan menjual slondok kepada siapa saja yang berminat

f) Pesanan produk

Seluruh responden ini menerima pesanan bahkan mereka tidak membatasi junlah pesanan tersebut

4) Promosi

a) Promosi penjualan

Sejauh ini enam unit industri slondok yang menjadi responden penelitian belum pernah melakukan promosi melaui media apapun.

b) Persaingan pasar

Persaingan antar pasar tentu dialami oleh semua pengusaha slondok. Hal ini terjadi karena di luar daerah Banjarharjo juga memproduksi slondok.

B. Bidang Produksi

1) Perencanaan Produksi

a) Bahan Baku

1. Asal Bahan Baku

Dari hasil wawancara terhadap pengusaha slondok tentang asal bahan baku dapat diketahui hasilnya pada Tabel 9.

Tabel 9.Pengadaan bahan baku

Responden	Asal bahan baku		
	Kebun Sendiri	Desa Boro	Desa Salaman
1	√	√	√
2	√	√	-
3	-	√	√
4	√	√	√
5	-	√	√
6	-	√	√
Jumlah	3	6	5

Dari tabel 9 dapat dilihat bahwa bahan baku yang digunakan oleh pengusaha slondok di Desa Banjarharjo berasal dari Kebun sendiri, Desa Boro dan Desa Salaman. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku mereka mengambil bahan baku di dua tempat sekaligus.

2. Cara Mendapatkan Bahan Baku

Semua pengusaha slondok mendapat bahan baku dari pemasok. Awal mulanya semua pengusaha slondok mendatangi pemasok dan memesan secara langsung, dan kemudian pemasok tersebut yang mengirim bahan baku ke pengusaha slondok.

3. Jenis Bahan Baku

Jenis singkong/ubi kayu yang digunakan oleh pengusaha slondok adalah jenis Adira dan Rengganis. Mereka menggunakan singkong/ubi kayu yang berumur 1 tahun.

Tabel 10. jenis bahan baku yang digunakan

Jenis bahan baku	Frekuensi	Prosentase
Rengganis	2	33,33%
Rengganis dan Adira	4	66,67%

4. Pengendalian bahan baku

Cara yang dilakukan oleh semua pengusaha slondok dalam pengendalian kualitas bahan baku yaitu dengan membeli bahan baku pada tempat yang sama (sudah langganan).

5. Jumlah pembelian bahan baku

Dari hasil wawancara terhadap pengusaha slondok di desa Banjarharjo tentang jumlah pembelian bahan baku, dapat diketahui pada tabel 11.

Tabel 11. Jumlah Pembelian bahan baku

Jumlah pembelian bahan baku dalam seminggu	Total pembelian bahan baku	Frekuensi
1 kwintal	3 kwintal	1
1 ½ kwintal	4 ½ kwintal	2
2 kwintal	6 kwintal	3

b) Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam memproduksi slondok adalah peralatan sederhana. Semua pengusaha slondok menggunakan jenis dan fungsi peralatan yang sama. Peralatan produksi yang digunakan oleh industri slondok dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Peralatan dalam membuat slondok

No	Nama Alat	Spesifikasi	Fungsi
1	Pisau	Stainless	digunakan untuk mengupas ketela
2	Ember	Plastik	Digunakan untuk mencuci ketela yang sudah dikupas
3	Dandang	Stainless	Panic pengkukus yang digunakan untuk mengkukus ketela
4	Kukusan	Bambu	Saringan dengan lubang agak besar, terbuat dari anyaman bambu berbentuk kerucut, digunakan untuk mengkukus ketela. Penggunaanya dimasukkan pada dandang
5	Alu	Batu	Digunakan untuk menghaluskan ketela yang sudah dikukus
6	Tambir	Bambu	Tempat untuk meletakkan ketela yang sudah dihaluskan
7	Gilingan daging	Besi	Untuk lebih memperhalus ketela yang sudah ditumbuk
8	Tempat menjemur	Bambu	Diguanakan untuk menjemur slondok yang sudah dibentuk , terbuat dari anyaman bambu yang mempunyai panjang ±180 cm dan lebar 90 cm
9	Wajan	Aluminum	Digunakan untuk menggoreng slondok
10	Solet	Aluminium	Digunakan untuk membalik atau mengangkat slondok
11	Tungku	Tanah liat	Perapian yang terbuat dari tanah liat, dengan bahan baker kayu dan memiliki lubang sebanyak 2-4.

c) Tempat Produksi

Pengusaha slondok di banjarharjo memproduksi slondok di dapur rumah masing-masing, dan biasanya ketika membentuk adonan slondok, mereka juga memanfaatkan ruang lain seperti ruangan keluarga untuk bekerja sambil melihat televisi.

2) Pelaksanaan Produksi

a) Formula slondok

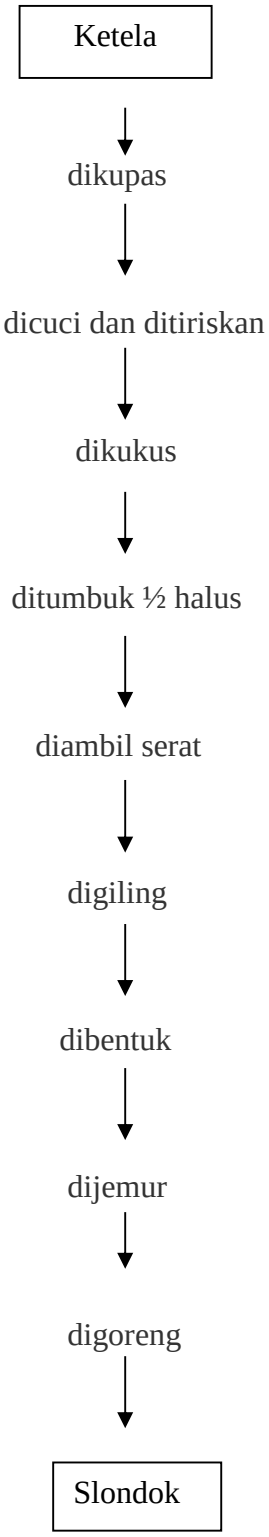
Formula yang digunakan untuk membuat slondok oleh semua pengusaha slondok relatif sama yaitu ketela/singkong (jenis Rengganis/Adira) 1 kwintal dan 1 kg garam .

b) Proses Pengolahan

Proses pembuatan slondok yang dilakukan oleh pengusaha slondok dapat dilihat pada gambar 4.

c) Lama Waktu Pengolahan

Waktu yang digunakan dalam membuat slondok relatif singkat yaitu 1 hari, yang lama dalam membuat slondok adalah proses penjemuran. Apabila kondisi cuaca dalam keadaan panas maka penjemuran hanya membutuhkan waktu 1 hari, sedangkan apabila cuaca dalam keadaan mendung membutuhkan waktu 2 hari – 3 hari tergantung dari cuaca tersebut.



Gambar 4. diagram alir pembuatan slondok

d) Hasil Produksi

Dari 1 kwintal ketela rata-rata menghasilkan slondok 35 kg, rata-rata pengusaha slondok dalam sekali produksi membuat 1 kwintal sampai 2 kwintal ketela

3) Pengawasan Produksi

a) Penyortiran bahan baku

Semua pengusaha slondok melakukan penyortiran bahan baku pada saat memilih ketela yang akan digunakan untuk membuat slondok. Apabila ketela berwarna biru mereka tidak memakai ketela tersebut, hal itu dikarenakan akan membuat rasa dari slondok menjadi pahit.

b) Pengawasan Proses produksi

Pengawasan proses produksi dilakukan pada saat proses menghaluskan ketela pada tahap 2, sebelum ketela digiling untuk menghasilkan adonan slondok yang halus, terlebih dahulu mengambil serat-serat ketela.

c) Penyortiran bahan jadi

Seluruh pengusaha slondok tidak melakukan penyortiran barang jadi, mereka langsung menjual produk tanpa mnyortir terlebih dahulu, itu dikarenakan untuk menghemat waktu dan mendapatkan keuntungan lebih banyak.

C. Bidang Keuangan

1) Upah karyawan

Dari enam pengusaha slondok yang memakai karyawan berjumlah empat pengusaha slondok. Mereka memberikan upah Rp 3000,-/hari. tergantung dengan banyak tidaknya mereka membantu membentuk adonan. Dalam satu hari mereka biasanya bekerja selama 3-4 jam. Tenaga kerja disini hanya membantu dalam hal membentuk adonan saja, itu pun biasanya mereka kerjakan di rumah sendiri untuk mengisi waktu luang, sehingga upah yang diberikan pun tidaklah banyak. Upah diberikan dengan sistem borongan, yaitu apabila mereka membantu membuat slondok baru digaji.

2) Modal Usaha

Modal usaha yang digunakan bersumber dari modal sendiri. Berikut besar modal awal usaha untuk membuat slondok dalam hitungan rupiah dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Modal usaha

Responden	Modal awal	Asal modal	Bantuan modal
1	Rp 3.500.000,-	Sendiri	Dari kelurahan sebesar Rp 1.000.000,-
2	Rp 2.000.000,-	Sendiri	
3	Rp 2.000.000,	Sendiri	
4	Rp 2.000.000,	Sendiri	
5	Rp 2.000.000,	Sendiri	
6	Rp 2.500.000,-	Sendiri	

Modal yang terangkum diatas adalah modal usaha pada awal berdiri usaha slondok.

D. Bidang Sumber Daya Manusia

1) Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan terbagi menjadi dua yaitu pendidikan formal dan pendidikan non formal.

a) Pendidikan Formal

Tingkat pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan terakhir yang ditempuh oleh para produsen slondok di Desa Banjarharjo. Tingkat pendidikan berkisar antara SD – SMA yang dapat dilihat pada Tabel 16.

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

Tabel 14. Pendidikan formal pemilik industri

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
Tidak sekolah	1	16.67 %
SD	3	50 %
SMP	1	16.67 %
SMA	1	16.67 %

b) Pendidikan Non formal

Pendidikan non formal merupakan pendidikan yang dilakukan diluar sekolah. Pendidikan non formal pengusaha slondok dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Responden menurut tingkat pendidikan non formal

Responden	Jenis pendidikan	Bidang	Waktu pelaksanaan	Tempat
1	Pelatihan	Inovasi produk ketela	Tahun 2000	Pedukuhan
2	Tidak pernah	-	-	-
3	Pelatihan	Oven alat pengering slondok	Tahun 2002	Ngrajun (rumah bapak dukuh)
4	Pelatihan	Oven alat pengering slondok	Tahun 2002	Ngrajun (rumah bapak dukuh)
5	Pelatihan	Oven alat pengering slondok	Tahun 2002	Ngrajun (rumah bapak dukuh)
6	Tidak pernah	-	-	-

Dari Tabel 15 dapat diketahui bahwa sebagian pengusaha slondok pernah mengikuti pelatihan baik tentang produk ketela atau alat yang digunakan untuk membuat slondok, tetapi mereka tidak menerapkan hasil pelatihan tersebut.

2) Pengalaman kerja

Pengalaman kerja yang dimiliki oleh pengusaha slondok bervariasi, mereka mempunyai pengalaman kerja dalam membuat slondok diatas 9 tahun. Pengalaman kerja para pengusaha slondok dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Pengalaman kerja

Lama usaha	Frekuensi	Prosentase
< 10 tahun	1	16,67 %
11 – 15 tahun	1	16,67 %
16 – 20 tahun	-	-
21 - 25 tahun	1	16,67 %
26 - 30 tahun	2	33,33%
31 - 35 tahun	1	16,67 %

3) Rekrutmen karyawan

a) Syarat karyawan

Dari enam unit usaha slondok, tenaga kerja diambil dari anggota keluarga yaitu suami, istri, anak kandung dan tetangga yang dekat. Berarti cara mendapatkan karyawan dilakukan secara kekeluargaan, sehingga industri makanan slondok tidak mengajukan persyaratan bagi tenaga kerja.

b) Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja dan tingkat pendidikan tenaga kerja yang dimiliki oleh pengusaha slondok dapat dilihat pada tabel 17.

Tabel 17. Jumlah dan tingkat pendidikan tenaga kerja

Responden	Jumlah tenaga kerja	Tingkat pendidikan
1	1	SD
2	-	-
3	-	-
4	2	SMP
5	2	SD dan SMP
6	2	SMP

Dari Tabel 17 dapat dilihat jumlah tenaga kerja sangat bervariasi, tenaga kerja sendiri berasal dari lingkungan keluarga sendiri dan tetangga dekat. Tingkat pendidikan tenaga kerja mulai dari SD sampai SMP

c) Status Karyawan

Status karyawan yang dimiliki empat pengusaha slondok ini adalah borongan. mereka mengambil karyawan hanya pada saat membuat slondok dalam jumlah banyak, kalau hanya membuat slondok dalam jumlah sedikit mereka memilih mengerjakan sendiri. Sedangkan dua pengusaha slondok

yang lain tidak memilki karyawan, mereka menggangap bahwa hasil penjualan tidak mencukupi untuk mengupah tenaga kerja, sehingga mereka tidak memiliki tenaga kerja dari luar dan hanya mengandalkan tenaga kerja dari keluarga

C. Pembahasan

1. Profil Industri rumah tangga makanan tradisional slondok dilihat dari bidang pemasaran

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.

Pemasaran produk yang di lakukan oleh pengusaha slondok masih sederhana. Gambaran tentang pemasaran slondok di industri bisa dilihat dengan strategi pemasaran 4P dari *marketing mix* adalah sebagai berikut;

b. Produk

Dari produk yang dihasilkan tidak ada spesifikasi dari masing-masing industri. Mereka memiliki produk yang sama, mulai dari bentuknya yang bulat seperti cincin dan mempunyai diameter 2 cm, warna slondok yang kekuningan, rasa yang gurih, tekstur yang renyah, harga yang relatif sama dan juga kemasan. Mereka belum pernah mengubah atau memodifikasi produk slondok, mereka khawatir justru malah tidak akan

laku. Namun mereka perlu mencoba untuk mengembangkan produk agar lebih diminati oleh konsumen seperti memperbaiki tekstur agar lebih empuk, menambah variasi rasa dan merubah bentuk slondok menjadi beraneka bentuk yang menarik. Hal ini sesuai dengan pendapat Indroyo Gitosudarmo (1994) bahwa pengusaha dapat mempengaruhi konsumen lewat produk yang ditawarkan kepada konsumen dengan cara membuat produk tersebut dapat menarik perhatian konsumen.

Kualitas atau mutu suatu produk sangat diutamakan, oleh karena itu perlu adanya pengendalian produk. Pengendalian mutu produk yang dilakukan pengusaha slondok adalah dengan menggunakan bahan baku yang sama hal ini sesuai dengan penelitian tentang potensi industri slondok di Kabupaten Magelang.yang diungkapkan oleh Ana Diyah (2004). Bahan baku yang digunakan adalah ketela dengan jenis rengganis dan adira.

Usaha pengembangan produk merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli slondok. Seluruh responden melakukan usaha pengembangan produk dengan cara membuat variasi rasa, namun variasi rasa yang digunakan masih sangat terbatas hanya pada rasa bawang, padahal apabila menggunakan variasi rasa lebih banyak tentu saja akan membuat konsumen lebih tertarik dan tidak merasa bosan pada prouk tersebut.

Kemasan menurut Soehardi Sigit (1999) adalah penempatan produk kedalam wadah/tempat atau sejenis terbuat dari kayu, besi, plastik, kaca

atau material lainnya yang dilakukan produsen untuk disampaikan kepada konsumen. Kemasan yang digunakan untuk menjual slondok adalah plastik besar dengan daya tampung 35 kg. Mereka menggunakan plastik ukuran besar dalam mengemas karena untuk menghemat biaya produksi, sehingga keuntungan mereka lebih banyak dari pada harus menggunakan kemasan ukuran kecil yang membutuhkan biaya banyak, disamping untuk menghemat waktu. Padahal kemasan yang menarik dapat digunakan sebagai salah satu strategi bersaing dengan perusahaan lain yang memproduksi/menjual produk sejenis.

Semua responden juga tidak memakai merk dan tanggal kadaluarsa dalam menjual dagangan mereka, padahal merk/label sangat penting dalam suatu produk untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang produk yang dijual tersebut. Menurut Soehardi Sigit (1999) merk/label adalah bagian dari sebuah produk yang berupa keterangan/penjelasan mengenai produk tersebut. Merk mempunyai beberapa fungsi antara lain: mengindentifikasikan produk dan menentukan kelas produk (Soehardi Sigit 1999).

c. Harga

Harga menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong (2001) adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Penetapan harga yang dilakukan masih sederhana atau menyesuaikan dengan harga di pasaran. Ketika bahan

baku naik, mereka terpaksa menaikkan harga jual slondok untuk dapat menutupi biaya operasional dalam memproduksi slondok. Hal ini sesuai dengan pendapat Amirullah dan Imam Hardjanto (2005) bahwa dalam menentukan harga sebuah produk manajemen perlu mempertimbangkan beberapa faktor baik faktor internal seperti sasaran pemasaran, strategi bauran pemasaran, biaya dan pertimbangan organisasi, maupun faktor eksternal seperti sifat pasar, permintaan dan persaingan, faktor-faktor lingkungan yang lain misalnya ekonomi dan pemerintah. Para pengusaha slondok ini juga sudah menerapkan bagaimana menetapkan sebuah harga walaupun mereka masih menggunakan cara sederhana, yang penting bagi pengusaha slondok adalah produk mereka laku terjual dan mereka tidak mengalami kerugian.

d. Distribusi

Produksi slondok walaupun masih secara tradisional, namun produknya begitu banyak. Jangkauan penjualannya pun sudah meliputi Daerah Istimewa Yogyakarta seperti di Bantul, Kulon Progo, sampai Jogja sendiri bahkan ada yang sampai ke daerah Salaman, Magelang. Itu dikarenakan slondok yang mereka produksi diambil tengkulak dari bermacam daerah, sehingga penjualan slondok tidak hanya di Daerah Istimewa Yogyakarta tetapi juga sampai ke Magelang walaupun hanya di Salaman saja.

e. Promosi

Semua responden ini belum pernah melakukan promosi, menurut mereka promosi akan menambah biaya, tetapi tidak dapat menaikan keuntungan. Padahal promosi merupakan salah satu cara agar produk tersebut dapat terjual. Ketika ada pendatang dan membeli produk meraka untuk oleh–oleh ke luar daerah

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.

2. Profil Industri rumah tangga makanan tradisional slondok dilihat dari bidang produksi

bahan baku meskipun di Banjarharjo banyak dihasilkan tanaman ketela, namun untuk memenuhi kebutuhan bahan baku industri slondok tiap hari tidaklah mencukupi. Pengadaan bahan baku utama yaitu ketela selain didapatkan dari kebun sendiri juga mendatangkan pemasok dari Salaman Dan Boro. Ketela yang digunakan adalah ketela jenis Rengganis dan Adira. Sedangkan untuk bahan lain seperti minyak, garam dan bawang dibeli di pasar tradisional. Menurut Sirod Hantoro (2002) Bahan baku merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah industri, tidak tersedianya bahan baku akan berakibat terhentinya proses produksi dalam sebuah industri. Dengan demikian salah satu penentu utama terlaksananya

kegiatan produksi adalah tersedianya bahan baku yang dibutuhkan dalam jumlah cukup.

Peralatan yang digunakan dalam pengolahan masih bersifat tradisional, tetapi untuk proses penggilingan adonan untuk dibentuk sudah menggunakan alat modern yaitu gilingan daging .

Slondok diproduksi di dapur rumah, mereka tidak memiliki tempat lain atau bangunan lain yang terpisah dari rumah untuk membuat slondok.

Cara membuat slondok sebenarnya cukup mudah, dalam sehari mereka bisa menyelesaikan membuat slondok sampai dengan membentuk adonan. Namun untuk proses penjemuran terhitung memakan waktu lama, itu semua tergantung dengan kondisi cuaca, apabila panas matahari bersinar sangat terik penjemuran bisa memakan waktu sehari tetapi apabila matahari tidak bersinar terik penjemuran bisa memakan waktu 2-3 hari.

Dalam sekali memproduksi slondok, biasanya mengunakan bahan baku ketela rata- rata 1 kwintal yang menghasilkan slondok kurang lebih sebanyak 35 kg. 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 menjual dalam jumlah banyak. Namun apabila produksi sedikit, mereka juga tidak memaksakan harus dalam jumlah tertentu.

Seluruh pengusaha slondok ini melakukan pengawasan produk yang dibuat, pengawasan yang dimaksud hanya dilakukan pada saat

penyortiran bahan baku yang digunakan sebelum diolah menjadi slondok dan proses produksi. Sebelum slondok dikemas seharusnya juga dilakukan penyortiran agar produk yang dijual kepasaran benar-benar produk yang bagus dan tidak cacat.

Dari enam responden hasil slondok yang dihasilkan memliki karakteristik sama, mulai dari bentuknya yang bulat seperti cincin dan mempunyai diameter 2 cm, warna slondok kuning, rasa gurih dan mempunyai variasi rasa bawang, sampai tekstur yang renyah.

3. Profil Industri rumah tangga makanan tradisional slondok dilihat dari bidang keuangan

Menurut Soekartawi (2003), dalam kegiatan proses produksi, modal dibedakan menjadi dua macam, yaitu modal tetap dan modal tidak tetap. 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 didefisinikan 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 tersebut.

Di industri makanan tradisional slondok ini, modal usaha yang diteliti adalah modal tetap. Modal usaha yang digunakan berasal dari uang sendiri. Mereka tidak berani untuk meminjam kepada bank atau intasi

terkait karena mereka takut tidak akan sanggup membayar hutang tersebut, oleh karena itu mereka memilih untuk menggunakan modal seadanya.

Pengupahan dilakukan menggunakan sistem borongan setiap mereka selesai membantu membuat slondok baru mendapatkan gaji. Upah yang diberikan pun sangat kecil. Sedangkan untuk anggota keluarga seperti istri dan anak tidak dilakukan sistem pengupahan, namun pemberian uang yang dilakukan sebagai bentuk nafkah keluarga.

4. Profil Industri rumah tangga makanan tradisional slondok dilihat dari bidang sumber daya manusia

Dalam industri makanan tradisional slondok dilihat dari aspek sumber daya manusia kurang dari empat maka disebut industri rumah tangga. Tenaga kerja yang dimiliki oleh enam pengusaha slondok tidak lebih dari empat orang, hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Badan Pusat Statistik bahwa industri rumah tangga adalah perusahaan yang memiliki tenaga kerja 1-4 orang, dan tenaga kerja yang dipakai adalah orang disekeliling mereka seperti anggota keluarga sendiri dan tetangga. Tetapi hampir semuanya 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 tetangga dekat rumah yang hanya bertugas membantu saja.

Berdasarkan jenis kelaminnya, pengusaha industri makanan slondok di Banjarharjo adalah laki-laki, sedangkan tenaga kerja wanita

(istri, anak, tetangga) sekedar membantu saja, karena membuat slondok adalah mata pencaharian utama mereka, sehingga mereka mempunyai kewajiban moral untuk menafkahi istri dan keluarga. Sekarang ini 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 melamar pekerjaan.

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 dan Rasto, 2003). Dalam penelitian ini yang menjadi bahan adalah pendidikan formal dan pendidikan non formal. Menurut Simanjuntak yang dikutip oleh Ana Purwanti (1997) bahwa pendidikan formal sangat efektik dalam pembentukan dan pengembangan kepribadian, bakat, sikap mental, pengetahuan dan kecerdasan termasuk kreatifitas dan daya analisa. Dilihat dari latar belakang pendidikan formal pengusaha slondok sebagai pemilik usaha menempuh pendidikan terakhir SD (3 orang) yang merupakan pendidikan rendah, tetapi ada juga yang sama sekali tidak mengenyam bangku pendidikan sekolah dasar, disamping itu ada yang menempuh pendidikan SLTP (1 orang) dan SLTA (1 orang). Maka kebanyakan pendidikan pengusaha slondok adalah SD, sehingga dalam pengetahuan

sangat kurang, yang menyebabkan salah satu hambatan bagi pengembangan usahanya. Hal tersebut terjadi karena untuk melanjutkan kejenjang pendidikan lebih tinggi mereka tidak mampu baik dalam segi biaya maupun kemampuan intelektualnya sehingga mereka memutuskan untuk tidak melanjutkan pendidikan formal.

Sedangkan pendidikan non formal adalah kegiatan pendidikan yang berlangsung di luar pendidikan non 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 dan Rasto, 2003).

Selain pendidikan formal, 4 dari 6 orang pemilik usaha slondok pernah mengikuti pendidikan non formal seperti pelatihan baik tentang produk maupun tentang alat, tetapi sangat disayangkan semua pengusaha slondok tersebut tidak menerapkan ilmu yang didapatkan dari pelatihan. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Nur Syam yang diikuti oleh Ana Purwanti bahwa ketrampilan dan latihan merupakan inti pengembangan SDM. Dengan ketrampilan dan latihan yang didapat melaui pendidikan non formal, seorang pengusaha akan berkembang wawasannya dan hal ini akan berakibat baik bagi perkembangan usahanya.

Dari perhitungan regresi linier (lampiran 6) tentang pengaruh umur terhadap lama usaha diperoleh hasil bahwa umur tidak berpengaruh pada lama usaha. Hasil ini seuai dengan survei *Stanford Research Instute, Harvad University and Carnegie Foundation* yang dikutip oleh Tunggul Tranggono (2006) bahwa prestasi seseorang tidak ditentukan oleh faktor pendidikan formal apakah orang tersebut sarjana atau bukan, bukan oleh faktor jenis kelamin, bukan oleh faktor ras dan juga bukan oleh faktor umur

Sebagai industri rumah tangga yang memiki tenaga kerja paling banyak 4 orang dimana tenaga kerja tersebut merupakan anggota keluarga dan tetangga dekat, maka tidak ada persyaratan khusus bagi tenga kerja yang ingin bekerja dibidang makanan tradisional slondok ini.

Dalam usaha ini keluarga sangat terlibat. Walaupun pekerjaan membuat slondok didominasi kaum laki-laki, namun tanpa bantuan dan dukungan dari anggota keluarga yang lain seperti istri dan anak sangatlah berat.