

KARAKTERISTIK USAHA KECIL MENENGAH KOPI JAHE MANIA DI DESA LANGI KECAMATAN BOLANGITANG BARAT KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW UTARA

Sry Melisa Ahmad ^{*)}1), Yanti Saleh ²⁾, Yuriko Boekoesoe ²⁾

1) Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo
Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, 96128

2) Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo
Jl. Jend. Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, 96128

ABSTRACT

The purpose of this research is to know Characteristic of SME coffee ginger mania in Langi Village, West Bolangitang District, BolaangMongondow Utara Regency. This research was conducted from August to September 2017, using case study method. Sampling with Purposive Sampling technique is then obtained with a sample of 1 respondent is the owner of SMEs Coffee Ginger Mania. The type of data used is primary data and secondary data. Data analysis used is qualitative descriptive analysis. The results of this study are: 1) SME Coffee Ginger Mania as a whole employees have a productive age and can increase the production of more businesses. Furthermore, based on the level of employee education in accordance with the results of research that the level of employee education in SMEs Coffee Jahe Mania is in high school (SMA) as much as 3 (three) people. 2) The Business Capital of this SME that consists of investment capital (long-term equipment), Working Capital (raw materials) and Operational Capital (employee salary and electricity costs). 3) For every production can reach ± 50 pack / month with size 1gr with price 15.000 perbungusnya. In fulfilling the results of production here still see from the market demand. Meanwhile, for the marketing area of this product spread in District of West Bolangitang, BolangitangTimur, Kaidipang and Bintauna.

Keywords: Characteristics of SMEs Ginger Coffee Mania

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Karakteristik UKM kopi jahe mania di Desa Langi Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai September 2017, dengan menggunakan metode studi kasus. Penarikan sampel dengan teknik Purposive Sampling yang kemudian di dapatkan dengan sampel 1 responden yaitu pemilik dari UKM Kopi Jahe Mania. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah: 1) UKM Kopi Jahe Mania secara keseluruhan karyawan memiliki umur yang produktif dan dapat meningkatkan produksi usaha yang lebih banyak. Selanjutnya berdasarkan tingkat pendidikan karyawan sesuai dengan hasil penelitian bahwa tingkat pendidikan karyawan yang ada di UKM Kopi Jahe Mania berada pada pendidikan menengah akhir (SMA) sebanyak 3 (tiga) orang. 2) adapun Modal Usaha dari UKM ini yaitu terdiri dari modal investasi (peralatan jangka panjang), Modal Kerja (bahan baku) dan Modal Operasional (gaji karyawan dan biaya listrik). 3) Untuk setiap kali produksi bisa mencapai ± 50 bungkus/bulan dengan ukuran 1gr dengan harga 15.000 perbungusnya. Dalam memenuhi hasil produksi disini masih melihat dari permintaan pasar. Sementara itu untuk wilayah pemasaran produk ini tersebar di Kecamatan Bolangitang Barat, Bolangitang Timur, Kaidipang dan Bintauna.

Kata Kunci: Karakteristik UKM Kopi Jahe Mania

PENDAHULUAN

Program pengembangan usaha perkopian di Indonesia, banyak masalah perlu diatasi terutama mengenai produktifitas dan mutu kopi yang masih rendah serta prospek pemasaran kopi internasional yang kurang cerah. Rendahnya produktifitas dan mutu kopi yang masih mungkin ditingkatkan secara optimal dengan pengelolaan usaha tani yang memadai dan penyuluhan yang intensif diwaktu mendatang. Produsen kopi utama dunia adalah Brazil. Vietnam yang merupakan pendatang baru menjadi pesaing utama Indonesia

karena memproduksi kopi yang sejenis. Pada saat ini perkebunan kopi Indonesia kalah bersaing dengan perkebunan kopi Vietnam karena perkebunan kopi Indonesia umumnya sudah berumur tua dan produktivitasnya rendah (Herman, 2008 : 494).

Kopi merupakan salah satu komoditi perkebunan penting dalam perekonomian nasional. Kopi bukanlah tanaman asli Indonesia, tetapi berasal dari Afrika. Tanaman kopi masuk ke Indonesia tercatat pertama kali pada tahun

*Alamat Email:

srimelisaahmad@gmail.com

1696. Pada tahun 1699 bibit tanaman kopi arabika tiba di pulau Jawa. Bibit-bibit tersebut berasal dari perkebunan kopi Hindia di pantai Malabar dan menjadi induk dari hampir semua kopi yang ditanam di kepulauan Indonesia (Spillane, 1990:494). Pada awal perkenalannya tahun 1696, tanaman kopi yang telah ditanam mati karena banjir (ICO, 1996 : 494).

Sulawesi Utara merupakan salah satu provinsi penghasil kopi. Namun produksi kopi di Sulawesi Utara masih tergolong rendah dibandingkan produksi kopi yang berada di beberapa wilayah di Indonesia. Selain itu, produksi kopi untuk Sulawesi Utara masih berfluktuasi dari tahun ke tahun yaitu pada tahun 2012 produksi kopi di Sulawesi Utara 3225,43 ton, pada tahun 2013 yaitu 3021,75 ton dan pada tahun 2014 yaitu 2992,15 ton (Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara 2015).

TINJAUAN PUSTAKA

Tanaman Kopi

Kopi merupakan tanaman perkebunan yang sudah lama di budidayakan. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi menjadi komoditas andalan ekspor dan sumber pendapatan devisa negara. Meskipun demikian, komoditas kopi sering kali mengalami fluktuasi harga sebagai akibat ketidakseimbangan antara permintaan dan persediaan komoditas kopi di pasar dunia. Kualitas kopi yang baik hanya dapat diperoleh dari buah yang telah masak dan melalui pengolahan yang tepat. Buah kopi yang baru panen harus segera diolah. Pasalnya, buah kopi mudah rusak dan menyebabkan perubahan cita rasa pada seduhan kopi. Pengolahan buah kopi dapat dibedakan menjadi dua yaitu pengolahan kering dan pengolahan basah (Pangabean, 2011).

Manfaat kopi bagi kesehatan ternyata belum banyak diketahui oleh para pengonsumsinya. Kebanyakan orang mengenal manfaat kopi hanya mengurangi rasa ngantuk saja. Manfaat Kopi yang lainnya yakni mengurangi resiko kanker payudara. Dua puluh studi yang dilakukan di seluruh dunia menunjukkan bahwa kopi mengurangi risiko diabetes tipe 2 hingga 50%. Kopi bisa menyembuhkan migrain, hal ini telah dibuktikan dalam sebuah penelitian bahwa 200 gram kafein dapat menyembuhkan penyakit migrain. Kopi bisa mencegah penyakit batu empedu. Batu empedu disebabkan adanya lendir yang berada dalam kantong empedu mengeras dan zat xanthine (terdapat dalam kafein) dapat mengurangi lendir tersebut. Kopi dapat mencegah

Kabupaten Bolaang Mongondow Utara merupakan salah satu daerah yang memiliki sumber daya alam yang cukup baik produksi kopi di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara pada tahun 2015 yaitu 7,15 ton. Sedangkan produksi kopi di Kecamatan Bolangitang Barat Pada tahun 2015 yaitu 0,15 ton (BPS Kab. Bolaang Mongondow, 2016).

Realita seperti rendahnya pendapatan yang diperoleh oleh pelaku usaha kecil dan menengah di Kecamatan maupun Desa Sekabupaten Bolaang Mongondow Utara masih banyak dijumpai. Hal ini sangat di mungkinkan terjadi karena faktor lama minimnya biaya produksi, serta pelaku usaha kecil yang masih di dominasi oleh keluarga masih belum mampu menggunakan teknologi yang efisien dan efektif, sehingga produk yang di hasilkan pun belum mengimbangi produk yang dihasilkan oleh sektor usaha besar ataupun tidak layak diusahakan.

penyakit diabetes karena mengandung asam klorogenik yang dapat membantu mencegah resistensi dari hormon yang merupakan gejala dari penyakit diabetes (Suryanto, 2012: 5).

Usaha Kecil Menengah (UKM)

Perekonomian suatu negara sangat ditunjang oleh berkembangnya usaha kecil dan menengah (UKM) yang produktif yang mampu menggerakkan roda perekonomian. Munculnya usaha-usaha kecil Menengah akan mampu menyerap tenaga kerja. Kemampuan penyerapan tenaga kerja yang besar ini akan dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Selain itu UKM juga mempunyai potensi yang masih dapat dikembangkan, baik dalam produktivitas maupun daya saing. UKM juga dapat berfungsi untuk menciptakan teknologi, produk, dan jasa baru, pendukung pertumbuhan ekonomi, serta menciptakan perubahan dan kompetisi pada pasar (Lupiyoadi, 2004: 141-142).

Adapun jenis-jenis usaha kecil dan menengah yang mungkin untuk dimasuki di Indonesia (Lupiyoadi, 2004: 143) antara lain: (1) Bisnis jasa; (2) Bisnis eceran; (3) Bisnis distribusi; (4) Bisnis pertanian; (5) Bisnis manufaktur.

Wirausaha

Wirausaha adalah suatu sikap mental yang berani menanggung risiko, berpikiran maju, berani berdiri di atas kaki sendiri. Sikap mental inilah yang akan membawa seorang pengusaha untuk dapat berkembang secara terus-menerus dalam jangka panjang. Wirausaha bukan sekedar pengusaha swasta, akan tetapi mereka yang mengerti dan dapat membedakan antara tantangan

dan peluang kemudian memanfaatkannya untuk keuntungan mereka (Sutanto, 2002: 23).

Wirausaha bukan sebagai alternatif profesi, tetapi menjadi wirausaha adalah sebuah pilihan strategis yang harus dibuat dengan tekad yang bulat dan kuat. Kunci kemakmuran adalah wirausaha, dan wirausaha adalah sebuah profesi yang sangat menjanjikan bagi kebaikan dalam kualitas hidup dengan meningkatkan daya beli. Daya beli tercipta dengan tingginya pendapatan yang diperoleh sebagai akibat dari profesi yang ditekuni. Pilihan untuk menjadi seorang wirausaha juga disebabkan karena adanya keyakinan yang kuat secara individual bahwa profesi sebagai wirausaha merupakan 'jalan yang baik' (*road map*) untuk melakukan perubahan dalam kualitas kehidupan baik secara individual maupun bermasyarakat.

Karakteristik Wirausahaan

Chamduang, Daowieng, Jorajit (2012: 6) menjelaskan bahwa karakteristik kewirausahaan memainkan peran penting dalam menghasilkan kesuksesan bisnis pada UKM. Karakteristik kewirausahaan meliputi karakteristik demografik, karakteristik individu, sifat personal, orientasi kewirausahaan, dan kesiapan kewirausahaan.

1. Karakteristik demografi. Individu yang beragam dari usia 25 sampai 44 tahun adalah yang paling aktif dalam berwirausaha. Jaffar, Meideen, Zalekha (2010) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa seorang wirausaha yang lebih tua (> 25 tahun) bisa lebih sukses daripada wirausaha yang muda. Wanita jarang menjadi pendiri bisnis baru dibanding pria. Pria memiliki minat berwirausaha lebih tinggi dibanding wanita. Islam, Khan dan Obaidullah (2011: 5) melalui hasil penelitiannya menyatakan bahwa Individu dengan pengalaman dalam berwirausaha sebelumnya adalah yang memiliki minat berwirausaha lebih tinggi dibanding wirausaha tanpa pengalaman.
2. Karakteristik individu. Chamduang, Daowieng, Jorajit (2012: 6) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kesuksesan dalam usaha kecil diklasifikasikan menjadi tiga kategori anteseden, yaitu karakteristik individu dari pemilik-manajer, karakteristik perusahaan, dan karakteristik lingkungan. Karakteristik individu meliputi atribut seperti umur, pendidikan, know-how manajerial, pengalaman industri dan skill sosial dari pemilik/manajer. Pendidikan kewirausahaan menghasilkan individu yang memiliki usaha mandiri.
3. Sifat personal. Karakteristik personal dari pemilik-manajer semakin sering dipelajari.

Beberapa penelitian berusaha menjelaskan kesuksesan atau kegagalan bisnis berdasarkan sifat kepribadian wirausaha. Laforet (2006) menjelaskan bahwa salah satu karakteristik paling penting dari usaha kecil adalah keragamannya. Sumber yang menciptakan keragaman adalah perbedaan latarbelakang, motif dan tujuan wirausaha. Kualitas dan sifat personal, seperti konfidensi diri dan keuletan, adalah yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan. Kewirausahaan di perusahaan dapat berhasil cenderung memiliki orang yang berusia tua dalam berwirausaha, memiliki pengalaman bisnis lebih luas dan pengalaman startup sebelumnya, dan jarang mengontrol kesuksesan bisnisnya dibanding wirausaha yang tidak sukses.

4. Orientasi Entrepreneurial. Mahrouq (2010: 6) sebagai pemimpin di perusahaan yang sukses kecenderungan bekerja lebih lama, memiliki investasi pribadi di perusahaan, dan menjadi komunikator yang baik. Selain itu, perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang diawali dengan tujuan ambisius, dan wirausaha sebagai pemimpin perusahaan memiliki ide bisnis yang jelas. Perusahaan dengan lebih dari satu shareholder ketika mendirikan usaha baru secara signifikan lebih survive. Pendidikan dan pengalaman sebelumnya di bisnis dianggap sebagai faktor sukses penting bagi perusahaan kecil. Berpendapat bahwa kesuksesan dalam usaha dibentuk oleh orientasi berwirausaha. Konsep orientasi berwirausaha berisi lima dimensi, yaitu otonomi, inovativitas, pengambilan resiko, proaktivitas, dan agresivitas kompetitif.
5. Kesiapan berwirausaha. Kesiapan wirausaha adalah rasa percaya diri (*self-efficacy*). Istilah *self-efficacy* adalah keyakinan orang tentang kapabilitasnya dalam menjalankan tugas tertentu. Persepsi diri memainkan peran penting dalam pengembangan intensi. Intensi dan sikap dasar didasarkan pada persepsi, yang berarti bahwa dapat dipelajari dan dipengaruhi secara kontinyu, dan tidak ditentukan oleh sifat kepribadian yang dibentuk di usia dini. *Self-efficacy* mempengaruhi keyakinan orang tentang apakah tujuan bisa dicapai atau tidak.

Modal Usaha

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan

lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Langi, Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara dan berlangsung selama dua bulan yaitu dari bulan Agustus sampai September 2017.

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian adalah penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus merupakan suatu penelitian dengan menggunakan pernyataan terstruktur yang sama kepada satu obyek penelitian, kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, dianalisa, dan kemudian dideskripsikan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dan hasil survei langsung, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait dengan data yang dibutuhkan sesuai tujuan penelitian seperti dari berbagai buku, Kantor Desa Langi Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah UKM Kopi Jahe Mania

Usaha ini didirikan pada tahun 2008 hingga sampai sekarang dengan hanya memiliki 6 orang karyawan. UKM ini didirikan oleh Bapak Hasyim Nani. Untuk nama UKM Kopi Jahe Mania sendiri diambil dari produk dan slogan daerah Kabupaten Bolaang Mongondow Utara yaitu Kota MANIA (Moralitas, Akuntabilitas, Normatif, Inovatif, dan Amanah). Lokasi industri UKM Kopi Jahe Mania ini terletak di jalan trans Sulawesi tepatnya di Desa Langi Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. Lokasi UKM ini merupakan tempat tinggal dari pemilik usaha dan sekaligus dijadikan sebagai tempat produksi usaha kopi. Selain itu juga lokasi UKM tidak jauh dari pusat kota Bolaang Mongondow Utara yakni tepatnya di Kecamatan Kaidipang yaitu sekitar 13,4 KM atau dekat dengan mini market yang ada di sekitar tempat tinggal sehingga mudah untuk melakukan pemasaran hasil usaha. Sejak awal didirikan usaha ini UKM Kopi Jahe Mania ini hanya dengan menggunakan modal sebesar Rp 4.500.000 yang merupakan modal milik sendiri.

Karakteristik UKM Kopi Jahe Mania

1. Identitas Karyawan

Umur merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam melaksanakan aktivitas

mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan (Bambang R, 2001: 18),

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tenaga yang bekerja di UKM Kopi Jahe Mania di Desa Langi, Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.yaitu sebanyak 6 orang, yang terdiri dari laki-laki 3 orang dan perempuan 3 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah: (1) Wawancara; yaitu dengan mewawancarai langsung responden yang bekerja di UKM Kopi Jahe Mania di Desa Langi; (2) Menggunakan kuesioner (angket); (3) Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap keadaan lokasi penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tehnik analisis deskriptif kuantitatif untuk menganalisis karakteristik UKM Kopi Jahe Mania di Desa Langi, Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.

kerja para karyawan dalam menjalankan suatu usaha. Untuk karyawan yang memiliki umur relatif akan meningkatkan hasil yang produktif, hal ini dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1.

Karakteristik Karyawan Berdasarkan Umur di UKM Kopi Jahe Mania. 2017

Umur	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
15-30	3	50
41-50	3	50
Jumlah	6	100

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan data Tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa karyawan di UKM Kopi Jahe Mania memiliki umur yang produktif dapat meningkatkan produksi usaha yang lebih banyak.

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor penentu berkembangnya suatu usaha. Pendidikan formal maupun nonformal memegang peran penting dalam meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dalam hal ini untuk meningkatkan usaha melalui pelatihan maupun *softskil*.

Tabel 2.
Karakteristik Karyawan Berdasarkan Pendidikan di UKM Kopi Jahe Mania. 2017

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	SD	1	16,7
2	SLTP	2	33,3
3	SLTA	3	50
4	SARJANA	-	-
Jumlah		6	100

Sumber : Data primer diolah, 2017

Pada Tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendidikan karyawan yang ada di UKM Kopi Jahe Mania berada pada level SMA yakni sebanyak 3 orang, kemudian diikuti level SMP sebanyak 2 orang, sedangkan berpendidikan SD hanya 1 orang. Artinya karyawan yang bekerja di UKM Kopi Jahe Mania cukup mumpuni dalam mengembangkan usahanya.

2. Modal Usaha

UKM Kopi Jahe Mania merupakan perusahaan yang berskala kecil dan menengah yang mutlak memerlukan modal usaha untuk menjalankan usahanya baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Modal usaha yang dimiliki UKM ini digunakan untuk modal investasi, modal kerja dan modal operasional.

a. Modal Investasi

Dalam pembuatan produk Kopi bubuk tentunya UKM Kopi Jahe Mania harus mengeluarkan modal investasi berupa peralatan jangka panjang yang dipakai untuk pengolahan produk. Adapun peralatan yang dimaksud dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3.
Peralatan Produksi UKM Kopi Jahe Mania, 2017

No	Peralatan	Jumlah	Fungsi
1	Tungku	1	Untuk Menyangrai Kopi
2	Tromol	1	Wadah Untuk Menyangrai
3	Pasatan	3	Alat Untuk Penggaruk Jahe
4	Keranjang	3	Untuk Menampung Jahe Yang Baru dibersihkan atau dicuci
5	Wadah	3	Untuk Menampung Jahe Yang Sudah di Iris
6	Meja Aluminium	4	Wadah Yang Dipakai Untuk Mengeringkan Jahe
7	Mesin	2	Untuk Menggiling Atau Menepung Kopi
8	Impulse Sealer	2	Alat Perekat Plastik Pada Saat Pengemasan

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa dimana peralatan produksi yang dipakai oleh UKM Kopi Jahe Mania dalam mengolah produk Kopi bubuk masih merupakan peralatan yang sederhana. Hal ini merupakan suatu kelemahan dalam melakukan proses produksi karena lumayan memakan waktu yang cukup lama dalam setiap proses produksi. Selain peralatan, bangunan dari UKM Kopi Jahe Mania juga termasuk dalam modal investasi.

b. Modal Kerja

Modal kerja UKM kopi jahe mania terangkum pada bahan baku yang dikeluarkan disetiap minggunya. Bahan baku utama yang sangat dibutuhkan dalam usaha ini yaitu kopi dan jahe. Setiap pengadaan bahan baku dilakukan pencatatan atau pembukuan agar dapat diketahui berapa bahan baku yang diperlukan dan berapa besar pengeluaran setiap kali produksi. Pengadaan bahan baku ini semuanya dilakukan secara keseluruhan agar tidak ada yang merasa dirugikan dan tentunya untuk menjaga hubungan yang baik dengan pemasok. Adapun modal bahan baku yang dikeluarkan dalam sekali produksi untuk perhari dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4.
Modal Bahan Baku Perminggu UKM Kopi Jahe Mania, 2017

Bahan Baku	Satuan (Karung/Kg)	Harga (Rp)	Jumlah	%
Kopi	150	30.000	4.500.000	87,38
Jahe	50	13.000	650.000	12,62
Jumlah			5.150.000	100

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil Tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa modal kerja UKM Kopi Jahe Mania adalah sebesar Rp. 5.150.000. Penggunaan bahan baku yang paling besar yaitu kopi dengan tingkat presentase 87,38% atau sebesar Rp 4.500.000 (per 3 karung) dibandingkan dengan jahe yang hanya membutuhkan 12,62% dari total modal kerja. Semakin banyak bahan baku yang digunakan maka semakin banyak juga produksi yang dihasilkan oleh UKM Kopi Jahe Mania

c. Modal Operasional

Modal operasional yaitu modal yang dikeluarkan UKM Kopi Jahe Mania untuk membiayai operasi bulanan, yaitu berupa gaji karyawan dan juga biaya listrik. Biaya listrik yang dikeluarkan UKM Kopi Jahe Mania di Desa Langi setiap bulannya adalah sebesar Rp. 80.000; sedangkan untuk gaji

karyawan seluruhnya adalah sebesar Rp. 2.500.000/bulan.

3. Pemasaran

Aspek pemasaran dalam UKM Kopi Jahe Mania di Desa Langi Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Produksi

UKM Kopi Jahe Mania dalam melakukan usaha ini sudah melakukan suatu perencanaan baik dalam segi waktu kerja maupun hasil yang akan dicapai oleh UKM tersebut. Untuk setiap kali produksi bisa mencapai ±50 bungkus/bulan dengan ukuran 1gr dengan harga 15.000 perbungusnya. Dalam memenuhi hasil produksi disini masih melihat dari permintaan pasar. Dalam proses produksi UKM Kopi Jahe Mania menggunakan peralatan yang sederhana. Secara umum proses pembuatannya dapat dijelaskan dibawah ini.

- (1) Pemilihan bahan: menyiapkan bahan-bahan yang berkualitas baik dan kondisinya masih baru.
- (2) Pencucian: setelah pemilihan bahan baku yang baik kemudian dilakukan Pencucian
- (3) Pemasatan: untuk memudahkan jahe ketika akan di giling
- (4) Pengeringan: setelah selesai pemasatan dilakukan proses pengeringan
- (5) Penyangraian: Untuk menyangrai kopi
- (6) Penggilingan: untuk menghaluskan kopi
- (7) Pengemasan: proses pematangan produk untuk siap dikonsumsi
- (8) Pemasaran: setelah pengemasan produk tersebut siap untuk dipasarkan

b. Distribusi Produk

Dalam sistem pemasaran suatu produk UKM Kopi Jahe Mania melakukan penjualan secara langsung baik di warung – warung kecil, di Pasar maupun di pedagang pengumpul. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini:

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai karakteristik UKM Kopi Jahe Mania di Desa Langi Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten Bolaang Mongondow Utara maka dapat di simpulkan bahwa UKM Kopi Jahe Mania merupakan UKM yang sudah berkembang sejak pada tahun 2008 hingga sekarang yang berada di Desa Langi Kecamatan Bolangitang Barat Kabupaten

Tabel 5.
Distribusi Pemasaran Produk kopi UKM Kopi Jahe Mania, 2017

No	Daerah	Wilayah Pemasaran	Lokasi Pemasaran
1	Kec. Bolangitang Barat	Bolangitang	Kedai/ Warung Kopi dan Pasar Bolangitang
2	Kec. Kaidipang	Boroko	Mini Market dan Pasar
3	Kec. Bintauna	Telaga	Pasar Bintauna
4	Kec. Bolangitang Timur	Bohabak	Minimarket, Pasar Bohabak

Sumber: Data primer, 2017

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa produk tersebut dipasarkan di Kecamatan Bolangitang Barat meliputi Kedai atau warung kopi dan pasar, Kecamatan Kaidipang meliputi Mini Market dan Pasar, Bintauna meliputi pasar Bintauna dan Kecamatan Bolangitang Timur meliputi Minimarket dan Pasar Bohabak, kemudian diseputaran Kabupaten Bolaang Mongondow Utara yaitu Pinogaluman dan Sangkub. Adapun produk yang banyak dipesan oleh konsumen yaitu sesuai dengan permintaan pasar.

c. Promosi

UKM Kopi Jahe Mania menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung Untuk Distribusi secara langsung yakni Konsumen langsung membeli ditempat usaha, dan saluran distribusi secara tidak langsung konsumen dapat membeli produk ke pasar-pasar tradisional seperti pasar Boroko, Bolangitang, Bintauna dan Bohabak. Sebelum produk dikemas dan didistribusikan ke pasar-pasar terlebih dahulu disortir, apabila ada produk yang mengalami cacat produksi maka produk tersebut tidak akan didistribusikan. Hal ini untuk menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen yang diberikan pada UKM Kopi Jahe Mania. Dan untuk mencegah banyaknya pesaing yang ada di Bolaang Mongondow utara dan sekitarnya, pemilik UKM Kopi Jahe Mania melakukan pendekatan dengan pelanggan dengan cara menawarkan produk secara gratis dengan melakukan tester produk.

Bolaang Mongondow Utara. Dengan memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 6 orang yang terdiri dari 3 orang perempuan dan 3 orang laki-laki yang memiliki jenjang tingkat pendidikan dari SD, SMP dan SMA. UKM Kopi Jahe Mania mempunyai bahan baku yaitu kopi dan jahe yang di olah menjadi bahan jadi yaitu kopi bubuk jahe. Dalam menjalankan pemasaran produk, UKM Kopi Jahe Mania juga sering melakukan

pemasaran produk ini diwilayah Kecamatan Bolangitang Barat, Kaidipang dan Bintauna.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bolaang Mongondow. 2016. Kabupaten Bolaang Mongondow Utara Dalam Angka
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara. 2015. Sulawesi Utara Dalam Angka
- Hapshari, Senja, Cynthia. 2014. Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Roti Olahan UKM dari Kopinkra Karya Boga yang dipasarkan di Kabupaten Jepara. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Semarang
- Edy Panggabean. 2011. *Buku Pintar Kopi*. PT. Agro Media Pustaka: Jakarta
- Irawan, Nur, Rizal, Mohamad. 2016. Pengaruh Modal Usaha Dan Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD. Sari Tani Tenggerajo Kedungpring Lamongan. *Jurnal Universitas Islam Lamongan*
- Janwar, Arham, Andi. 2014. Pengaruh Penambahan Kopi (*coffea spp.*) Terhadap Kualitas Susu Pasteurisasi. *Jurnal Program Studi Teknologi Hasil Ternak Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin*, Makasar
- Kristiningsih dan Trimarjono, Adrianto. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada UKM di Wilayah Surabaya). *Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma*, Surabaya
- Nusi, K Nusi. 2014. Penentuan Mutu Biji Kopi Berdasarkan Uji Visual dan Kadar Air di Laboratorium Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang (BPSMB) Provinsi Gorontalo. *Tugas Akhir Program Studi D-III Teknologi Hasil Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo*
- Payu, Ismail. 2016. Karakteristik UKM Barokah di Desa Lamahu Kecamatan Bulango Selatan Kabupaten Bone Bolango. *Skripsi. Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo*
- Purwanti, Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga
- Rupu, Fitriani. 2014. Pengembangan Penjualan Keripik Pisang di UKM Qalifa Kecamatan Kota Timur Kota Gorontalo. *Skripsi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo*.
- Santoso, Agus, Nugroho. 2012. Kajian Karakteristik Dan Kewirausahaan Dan Perusahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil. *Jurnal. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Gajayana Malang*
- Sriyana, Jaka. 2010. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. *Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta*