BAB IV

STRATEGI RUMAH PRODUKSI ABON CABE HIYUNG DALAM MENGEMBANGKAN USAHA

A. Penyajian Data

1. Sejarah Singkat Desa Hiyung dan Cabai Hiyung

Desa Hiyung merupakan termasuk dari wilayah Kecamatan Tapin Tengah Kabupaten Tapin. Desa Hiyung berasal dari kata yang diambil dari bahasa banjar yaitu Hiyung yang artinya tempat Taliyung sementara. Maksud dari tempat taliyung adalah dahulu diwaktu kejadian zaman jepang, zaman belanda, dan zaman PKI merupakan kejadian yang luar biasa yaitu pada waktu zaman tersebut terjadi peperangan baik itu bersifat gerombolan, pembunuhan dan penculikan di desa Hiyung selalu terlepas dari ancaman dan kegiatan tersebut oleh penjajah pada zaman itu.

Desa Hiyung adalah salah satu desa dari 17 desa yang terdapat di Kecamatan Tapin Tengah Kabupaten Tapin, mempunyai luas wilayah 22,04 Km^2. Data penduduk Hiyung tahun 2018 keseluruhan adalah sekitar 1505 jiwa, dengan jumlah KK 422, laki-laki 808 dan perempuan 697 orang.

Asal usul cabai rawit Hiyung dari desa linuh kecamatan bungur kabupaten tapin yang dibawa oleh Bapak Subarjo ke desa Hiyung sekitar tahun 1993 kemudian dikembangkan pada tahun 1995 sampai sekarang, yang dikenal dengan nama “Cabai Rawit Hiyung”.

Bapak Subarjo awalnya mengembangkan tanaman padi di desanya di Hiyung, kecamatan Tapin Tengah. Tapi karena daerahnya merupakan daerah pasang surut dengan kadar air yang asam, produksi padi tidaklah menggembirakan. Hasil produksinya menurun dari tahun ke tahun. Ketika itu bapak Subarjo berkunjung ke tempat keluarganya di desa linuh kecamatan Bungur

Kabupaten Tapin, dan melihat tanaman cabai rawit yang tumbuh subur. Lalu muncul ide untuk menanam cabai rawit di desa Hiyung. Kemudian bapak Subarjo menanam bibit sendiri dengan membawa bibit dari desa linuh sebanyak 200 bibit dan berhasil menanam 200 pohon cabai dibelakang rumah. Karena lahannya merupakan lahan pasang surut, cabai rawit ini ditanam di bedengan atau *surjan*, agar pohonnya tidak terendam air kalau musim penghujan ternyata dari mencoba secara otodidak ini, hasilnya memuaskan, lalu meneruskan menanam cabai rawit nya.

Seiring waktu, banyak warga desa yang tertarik dan mencoba menanam cabai seperti yang dilakukan pak Subarjo dan memberikan pengetahuannya tentang cara menanam cabai dan hasilnya cabai yang ditanam rasanya lebih pedas, tahan lama dan lebih tahan dari serangan hama penyakit dibandingkan cabai yang ada di desa lainnya. Dengan cepatnya kabar itu pun menyebar dari mulut ke mulut warga di desa Hiyung dan mulai ada beberapa warga lainnya yang menanam cabai rawit ini sekitar tahun 1999 lalu. Dan uniknya cabai ini kalau ditanam di lahan yang ada di luar desa rasanya tidak sepedas yang ditanam di Desa Hiyung, termasuk di Desa Linuh, tempat pertama kalinya cabai ini dibawa.

2. Gambaran umum Rumah produksi abon cabe Hiyung

Rumah Produksi Abon Cabe Hiyung adalah usaha yang dikembangkan oleh Kelompok Tani Karya Baru Desa Hiyung yang bergerak setelah panen cabai rawit Hiyung dan sebagai usaha bersama kelompok tani desa Hiyung berdiri tahun 2016 yang di dukung oleh LPB Banua Prima Persada.

LPB (Lembaga Pengembangan Bisnis Banua Prima Persada) adalah lembaga yang terletak di Pulau Pinang Utara, Binuang, Kabupaten Tapin. LPB merupakan kumpulan dari lima perusahaan antara lain YDBA, PAMA, KPP United Traktor Satu Indonesia yang diketuai oleh

Bapak Joko Handoyono dan telah berdiri kurang lebih 25 tahun yang bergerak dibidang UMKM dan UKM.

Kelompok tani adalah organisasi sosial wadah pengembangan para petani baik tua ataupun generasi muda yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab, oleh dan untuk masyarakat khususnya kelompok tani yang pergenerasi muda di wilayah desa/kelurahan atau komunitas sosial sederajat, yang terutama bergerak dibidang pertanian.

Desa Hiyung yang terkenal dengan potensi pertaniannya yakni cabai Hiyung yang memiliki tingkat kepedasan 94.500 ppm dan dalam satuan tingkat pedas scoville atau *Scoville Hot Unit* (SHU) cabai Hiyung memiliki tingkat 1.417.500 SHU. Namun sangat disayangkan cabai Hiyung tidak setiap saat bisa dinikmati. Hal demikian terjadi karena masa panen yang terjadi setiap 3-5 kali dalam setahun, sehingga stok cabai Hiyung tidak selalu tersedia. Untuk harga cabai perkilo nya tidak menentu, Kalau lagi musim panen serentak pada bulan November, biasanya harga cabai sangat murah berkisar Rp. 15.000-Rp. 25.000 per kg, baru memasuki bulan Desember hingga Januari harga cabai mulai merangkak naik hingga mencapai Rp. 45.000 bahkan Rp. 120.000 per kg.Pernah pada satu waktu harga cabai Hiyung menurun drastis yaitu Rp. 7000 per kg.

Kelompok Tani Karya Baru Desa Hiyung sebagai pelopor Kelompok tani yang ada di desa Hiyung berusaha untuk memberikan langkah nyata untuk permasalahan tersebut. Kelompok tani karya baru melakukan suatu inovasi dengan cara membuat Abon Cabe Hiyung, dengan dibuatnya cabai Hiyung menjadi abon cabe Hiyung maka akan menjaga ketersediaan cabai Hiyung dan meningkatkan ekonomi masyarakat desa Hiyung.

Daftar Kepengurusan

Tabel 4.1 Kelompok Usaha Bersama "Karya Baru"

No	Nama	Jabatan

1	Junaidi	Ketua
2	H. Muhammad Khairi	Sekretaris
3	Arbainah	Bendahara
4	Nidha Aulia	Anggota
5	Khairansyah	Anggota
6	Asnan	Anggota
7	Abudurrahman	Anggota
8	Badarudin	Anggota
9	Saranah	Anggota
10	Syamsudin	Anggota
11	Amat	Anggota
12	Zarkani	Anggota
13	Radiah	Anggota
14	Salasiah	Anggota
15	Herni	Anggota
16	Tuganal	Anggota
17	Parman	Anggota
18	Rijalul Arip	Anggota
19	Arbani	Anggota
20	Khairani	Anggota
21	Gunadi	Anggota
22	Sabariah	Anggota
23	Kapsah	Anggota
24	Supian Suri	Anggota
25	Bahrudin	Anggota

(Sumber dari dokumen cabai Hiyung, tahun 2019)

Tabel 4.2 Nama pengurus sambal cabe Hiyung

No	Nama Anggota	Jabatan
1	Arbainah	Ketua
2	Radiah	Anggota
3	Salasiah	Anggota
4	Muslimah	Anggota
5	Fathul jannah	Anggota
6	Nunung	Anggota

(Sumber data olahan)

3. Visi dan Misi

a. Visi

1) Memajukan pertanian cabai rawit Hiyung menjadi lebih terkemuka dan dikenal di seluruh Indonesia

2) Setelah panen membuat produk olahan cabai.

b. Misi

1) Menghasilkan cabai dan olahan cabai yang efisien

2) Menjadikan produk ungulan Kabupaten Tapin, KALSEL.

4. Produk

Boncabe Hiyung adalah bubuk cabai yang dikeringkan dari cabai Hiyung, bubuk cabai ini bisa tahan lama berbulan-bulan sebagai penambah rasa pedas pada makanan. Sedangkan sambal cabe Hiyung adalah sambal yang di olek di olah dari cabai Hiyung sebagai pelengkap ketika orang makan.

Tabel 4.3 Nama – nama produk

No	Nama Produk	Varian Rasa	Berat Bersih	Harga
1	Boncabe Hiyung	Original, Bawang, Udang	10 Gram	Rp. 10.000
			35 Gram	Rp. 20.000
			50 Gram	Rp. 35.000
2	Sambal Cabe Hiyung	Original, Binjai, Mangga, Limau kuit, Jeruk nipis.	100 Gram	Rp. 20.000

(Sumber data olahan)

5. Peralatan

Peralatan untuk memproduksi Boncabe Hiyung:

a. Mesin penggiling cabai 1 buah

b. Oven 1 buah

c. Timbangan 1 buah

d. Blender 2 buah

Peralatan untuk memproduksi Sambal Cabe Hiyung:

a. Olekan 6 buah

b. Freezer 1 buah

c. Baskom

6. Cara Pembuatan

a. Boncabe Hiyung

Cabai dibuat menjadi bubuk cabai agar bertahan lama. Proses pembuatan bubuk cabai yaitu dengan dikeringkan untuk mempercepat proses pengeringan, cabai dibelah membujur, cabai kering di celupkan ke dalam larutan sulfit panas dan di aduk-aduk selama 3 menit. Setelah diangkat dan ditiriskan, cabai beserta bijinya segera dijemur atau dikeringkan dengan alat pengering dengan suhu tidak boleh dari 75 derajat celcius, dilakukan sampai kadar air kurang dari 9%.

Adapun bahan-bahan yang diperlukan dalam pembuatan abon cabai adalah:

1) Cabai segar
2) Garam (untuk Boncabe original)
3) Bawang putih goreng (untuk boncabe rasa bawang) yang sudah dihaluskan
4) Udang rebon sangrai (untuk boncabe rasa udang) yang sudah dihaluskan

Berikut takaran bahan dalam pembuatan boncabe Hiyung:

1) Setiap 5 sendok besar boncabe yang dihaluskan dicampur dengan garamnya.
2) 5 sendok makan dan bawang putih yang sudah dihaluskan satu sendok kuah/centong.
3) 1 kg bawang untuk 100 botol Boncabe kemasan 35 gram.
4) Atau 1 kg bawang bisa untuk 80 botol Boncabe kemasan 50 gram.
5) Adapun bawang yang digunakan adalah bawang putih goreng yang dihaluskan.

Berikut proses pembuatan boncabe Hiyung:

1) Proses Pembersihan, cabai segar dibersihkan dari kotoran dengan cara dicuci bersih.

2) Proses Pengeringan, cabai yang sudah bersih dijemur dibawah sinar matahari sampai kering, kemudian di oven dengan alat khusus sampai benar-benar kering hingga siap dihaluskan.
3) Proses Penggelilingan/Penghalus, cabai yang sudah di oven dan siap untuk digiling kemudian dimasukkan kedalam penggilingan khusus sampai menjadi bubuk .
4) Proses Pencampuran Bahan, Setelah melalui proses penggilingan, maka cabai sudah berbentuk bubuk. Untuk boncabe original hanya tinggal ditambahkan garam. Untuk boncabe rasa bawang tinggal dicampurkan bubuk bawang putih goreng yang sudah halus. Untuk boncabe rasa udang tinggal dicampurkan dengan udang goreng sangrai yang sudah halus.
5) Proses Pengemasan, Tahap terakhir dari pembuatan Boncabe adalah proses pengemasan. Pengemasan boncabe menggunakan botol plastik kecil yang aman dan steril yang setiap botolnya boncabe berisi 35 gram.

b. Sambal Cabe Hiyung

Bahan-bahan untuk membuat sambal cabe adalah sebagai berikut untuk 1 kg cabai rawit Hiyung:

1) Cabai rawit
2) Gula putih
3) Terasi
4) Garam
5) Mangga, binjai, limau kuit, jeruk nipis.

Dari hasil penelitian wawancara dengan responden-responden sambal cabe Hiyung menjelaskan komposisi bahan-bahan baku pembuatan sambal cabe Hiyung merupakan bumbu

rahasia. Tapi adakalanya pada sambal cabe juga tergantung permintaan pelanggan. Apabila ada pemesan yang menginginkan sambal cabe ada rasa manisnya maka pemakaian gula lebih banyak dari komposisi yang telah diterapkan.

Proses Pembuatannya adalah sebagai berikut:

1) Bersihkan cabai rawit dari tangkainya lalu cuci bersi dengan air.
2) Siapkan olekan, lalu cabai yang bersih tadi dihaluskan dengan olekan tradisional
3) Untuk varian rasa, untuk menghaluskan buah mangga dan binjai menggunakan olekan, limau kuit dan jeruk nipis diperas.
4) Lalu campur sambal yang sudah halus dengan varian rasa yang sudah disediakan, aduk secara merata.
5) Terakhir pengemasan, sambal cabe yang sudah siap dimasukkan ke dalam botol berukuran 100 gram.

Berdasarkan hasil penelitian dengan ibu Arbainah yang merupakan responden ke 12 untuk pembuatan sambal cabe Hiyung menggunakan olekan dikarenakan agar bahan yang di olah tidak bercampur air yang bisa menyebabkan basi pada sambal cabe Hiyung, sambal cabe Hiyung tidak menggunakan pengawet sehingga aman dikonsumsi, untuk tahan lama nya, rasa original tahan lama 3 bulan dan untuk sambal cabe yang memiliki rasa bertahan lama 1-2 bulan.

7. Kegiatan penjualan

a. Penjualan Abon Cabe Hiyung

Pada Tahun 2017

Januari s/d Desember

Tabel 4.4 Hasil keuntungan penjualan boncabe 2017

Memproduksi	Harga	Profit
900 botol	Rp. 20.000	900× 20.000= 18.000.000

(Sumber dokumen cabai Hiyung, tahun 2019)

Tabel 4.5 Modal penjualan boncabe 2017

Bahan	Keterangan	Harga
Cabai	Cabai basah = 240 kilo 1 kilo = Rp. 25.000	Rp. 6.000.000
Botol	Harga perbuah = Rp. 1.700 Botol yang dipesan =1000	Rp. 1.700.000
Stiker	Harga perbuah = Rp. 1000 Botol yang dipesan = 1000	Rp. 1.000.000
Upah kerja	Pemabrikan/ Pengemasan = Rp. 100.000	Rp. 2.600.000
Bahan baku		Rp. 1.100.000
Total		**Rp. 12.400.000**

(Sumber dokumen cabai Hiyung)

Laba : Rp. 18.000.000 – Rp. 12.400.000 = Rp. 5.600.000

Pada Tahun 2018

Januari s/d Desember

Table 4.6 Hasil keuntungan penjualan boncabe 2017

Memproduksi	Harga	Profit
1100 botol	Rp. 20.000	900× 20.000= 22.000.000

(Sumber dokumen cabai Hiyung)

Tabel 4.7 Modal penjualan boncabe 2018

Bahan	Keterangan	Harga
Cabai	Cabai basah = 240 kilo 1 kilo = Rp. 25.000	Rp. 6.000.000
Botol	Harga perbuah = Rp. 1.700 Botol yang dipesan =1000	Rp. 1.700.000
Stiker	Harga perbuah = Rp. 1000 Botol yang dipesan = 1000	Rp. 1.000.000
Upah kerja	Pemabrikan/ Pengemasan = Rp. 100.000	Rp. 2.700.000
Bahan baku		Rp. 1.100.000
Total		**Rp. 12.500.000**

(Sumber dokumen cabai Hiyung)

Laba :Rp. 22.000.000 – Rp. 12.500.000 = Rp. 9.500.000

Hasil bersih

18.000.000 – 12.400.000 = 5.600.000 tahun 2017

22.000.000 – 12.600.000 = 9.500.000 tahun 2018

15.100.000 Hasil bersih

Keterangan Modal berdasarkan hasil penelitian dengan responden-responden Boncabe Hiyung:

1) Cabai, dalam setahun harga cabai pasti akan turun dengan harga di bawah Rp. 20.000, sehingga rumah produksi abon cabe Hiyung membeli cabai dari petani desa dengan harga Rp. 25.000 per kilo nya sebanyak 240 kilo dalam setahun untuk menyimpan stok cabai dengan dikeringkan agar cabai dapat bertahan lama.
2) Botol dan stiker, botol yang tersedia dengan berat bersih 35 gram karena boncabe yang 35 gram merupakan boncabe yang paling laku di antara botol lainnya. Botol dan stiker memesan lewat LPB yang menjual kembali ke rumah produksi abon cabe Hiyung
3) Upah kerja, Upah kerja yang diberikan untuk pengolahan boncabe Hiyung adalah Rp. 100.000 biasanya ada 4 orang pekerja yang di upah untuk pengerjaan dalam satu hari jika ada pesanan banyak.
4) Bahan, bahan yang diperlukan untuk pembuatan boncabe ada bawang untuk rasa bawang dan garam untuk rasa original. Adapun rasa udang namun kurang diminati sehingga jarang memproduksi boncabe rasa udang. Untuk 100 botol boncabe diperlukan cabai rawit basah 10 kg, garam 1 bungkus, bawang putih 1 kg, udang rebon ¼ kg

b. Penjualan Sambal Cabe Hiyung

Sambal Cabe Hiyung baru 6 bulan berjalan dan masih dalam tahap promosi, adapun modal awal dari LPB sebesar Rp.600.000 dan botol serta stikernya sebanyak 150 buah. Berikut tabel keterangan sambal cabe Hiyung.

Tabel 4.8 Tabel sambal cabe Hiyung

No	Bahan	Harga	Keterangan
1	1 kg cabai Terasi, gula, garam Mangga	Rp. - Rp. 50.000 Rp. 4.000 / biji	Harga cabai rawit tidak menentu tiap bulannya karena harga yang kadang

	Limau kuit Jeruk nipis Binjai	Rp. 2.000/ biji Rp. 1.000/ biji Rp. 3.000/ biji	turun naik.
2	Botol Stiker	Rp. 1.200/ botol Rp. 1.000/ botol	Dari LPB
3	Upah	Rp. 30.000	Untuk sekali pengerjaan sambal cabe Hiyung

(sumber data olahan)

Tabel 4.9 rata-rata penjualan sambal cabe Hiyung

Waktu	**Sambal cabe**	**Harga**	**Jumlah**
Satu bulan	10 botol	Rp. 20.000	Rp. 200.000

(Sumber data olahan)

8. Deskripsi Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh peneliti dengan teknik wawancara dan dokumenter, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap responden tentang strategi pengembangan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung dan kendala-kendala yang dihadapi dalam mengembangkan usaha tersebut, maka dalam bab ini penulis memaparkan sejumlah hasil penelitian seperti yang peneliti uraikan:

Responden 1

Nama : Junaidi

Jenis Kelamin : Laki-laki

Umur : 49 Tahun

Pekerjaan : Sekretaris desa Hiyung

Alamat : Jl. Hakim samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Ketua Rumah Produksi Abon Cabe Hiyung

Rumah produksi abon cabe Hiyung didirikan pada tahun 2017 atas dasar untuk mengurangi angka pengangguran petani di desa Hiyung dan menstabilkan harga cabai rawit yang sempat anjlok. Sebelumnya bapak junaidi tidak memiliki keterampilan dibidang ini, namun setelah membentuk kelompok tani pada tahun 2015 yang dibantu LPB (lembaga pengembangan bisnis banua prima persada) yang mana di dalam lembaga tersebut ada yayasan dharma bakti astra, Pama, Kpp, Multiloneral united traktor. Pada tahun 2015-2016 itu masa pelatihan/training pembuatan boncabe hingga berangkat sampai ke Bandung dan Bogor, baik itu dari pembibitan, penanaman dan pembuatan boncabe selama satu minggu. Selama itu juga sambil mengirim proposal kepada pemerintah dan *melobby* sampai pada akhirnya pemerintah meminta dinas pertanian dan dinas perindustrian ikut serta menangani pembangunan rumah produksi abon cabe Hiyung. Setelah itu barulah pada tahun 2017 rumah produksi abon cabe Hiyung dibangun dan mulai berjalan dengan modal 4,5 Juta dan tambahan modal swadaya sendiri. Produk yang tersedia saat ini ada boncabe dengan berat bersih 35 gram dengan harga Rp. 20.000 dan sambal cabe dengan 5 varian rasa.

Untuk boncabe diproduk ada 3 ukuran yaitu 10 gram, 35 gram dan 50 gram. Namun boncabe dengan berat bersih 50 gram kurang diminati karena harga nya yang mahal. Oleh karena itu rumah produksi abon cabe Hiyung lebih sering memproduksi boncabe dengan berat bersih 35 gram. Untuk menentukan harga, kalau di atas Rp.20.000 boncabe Hiyung menjadi kurang laku. Dan karena keterbatasan gudang penyimpanan yang ada dalam satu bulan rata-rata produksi 150-200 botol atau 10 kg cabai basah.

Penentuan kemasan seperti pemilihan botol dan stiker yang memesan lewat LPB dan penentuan nama merek dengan berdiskusi dengan LPB dengan nama “Abon Cabe Hiyung” nama

“Hiyung” dimasukkan karena ingin menjadikan desa Hiyung dikenal masyarakat luas dan ingin menjadikan ciri khas.

Untuk pemasaran pertama kali dibantu oleh dinas pertanian dan dinas peindustrian kabupaten tapin, LPB dan melalui media seperti facebook dan instagram. Ditambah dengan mengikuti pameran-pameran expo, dan pameran pertama kali yaitu di Jakarta dalam rangka ultah pama. Pada saat pameran kelompok tani menarik calon pelanggan dengan mempersilahkan calon pelanggan tersebut untuk mencoba produk olahan cabai terlebih dahulu, biasanya menggunakan tahu sebagai makanan tambahan untuk dimakan bersama produk olahan cabai Hiyung sehingga diharapkan calon pelanggan tersebut tertarik untuk menjadi pelanggan. Ada juga di Banjarmasin ultah astra, dibanjarbaru dalam rangka ultah KALSEL expo setiap tahunnya dan kalau di tapin melalui dana desa ikut LPB.

Perkembangan pasar saat ini rumah produksi telah masuk pasar modern martapura seperti az-zahra dan pinus dengan pesanan 50 botol perbulannya. Selain itu juga akan memasuki alfamart dan indomaret namun karena persyaratannya yang susah sehingga untuk sementara di tunda sampai persyaratannya terpenuhi. Adapun pelanggan lainnya adalah rumah makan yang ada di daerah rantau tapin dan pemesanan pelanggan lainnya yang tidak menentu. Pemesanan terbanyak yang pernah ada yaitu 200 botol ketika ultah pama dan astra di Jakarta dan pesanan lainnya dari pelanggan biasa dengan pesanan berkisar 10 botol-20 botol. Pesanan selain daerah kalimantan selatan juga ada pesanan dari daerah luar yaitu, Balikpapan, Jogjakarta dan daerah Jawa lainnya, Mekkah, Jakarta, dan lainnya.

Untuk pengembangan Rumah Produksi Abon Cabe Hiyung, selain boncabe ada juga sambal cabe Hiyung ditangani ibu Arbainah yang mulai di produksi dan masih ada produk lain yang akan ditambah yaitu keripik pedas Hiyung dan permen cabe Hiyung, dan akhir agustus

2019 akan dibangun rumah produksi yang jauh lebih besar dari sebelumnya oleh dinas pertanian dengan ukuran 9×12 meter, selain itu rumah produksi juga mendapat bantuan lain seperti tossa oleh dinas pertanian dan tambahan peralatan-peralatan lainnya oleh dinas peindustrian.

Kekurangan yang utama adalah modal yang masih kurang dan pemasaran yang belum sepenuhnya karena pesanan yang tidak menentu. Untuk saingan didaerah kalsel belum ada dan hanya ada pesaing dari luar daerah saja.

Anggota kelompok tani karya baru yang awalnya beranggota 25 orang sekarang hanya ada 10 orang dan 5 orang yang aktif dalam produk boncabe Hiyung yaitu bapak Junaidi sendiri, bapak Khairi, Nidha Aulia, Khairansyah, dan Abdurahman. Dan untuk sambal cabe ada ibu Arbainah yang menangani bersama 5 anggota lainnya Dikarenakan dimulai tahun 2015, pada masa itu masih pelatihan-pelatihan proses pembuatan boncabe Hiyung dalam kurun waktu beberapa tahun membuat semangat beberapa kelompok tani menurun dan tidak ikut serta lagi dalam rumah produksi abon cabe Hiyung. (Wawancara Bapak Junaidi, 8 Agustus 2019, 08:30 WITA)

Responden 2

Nama : H. Muhammad Khairi

Jenis Kelamin : 38 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Sekretaris

Rumah produksi Abon Cabe Hiyung didirikan untuk menstabilkan harga, karena harga cabai Hiyung yang anjlok berkisaran RP. 6000–Rp. 7000 dan banyak petani cabai yang mengeluh maka muncul lah ide mengolah cabai Hiyung menjadi bernilai ekonomis. Karena

mayoritas penduduk Hiyung adalah petani cabai, Hal yang sering ditemui adalah harga cabai yang kadang stabil dan tidak. Kisaran harga cabai Rp. 45.000–Rp. 120.000 perkilo. Dan apabila harga cabai menurun maka petani bisa menjual cabai nya ke rumah produksi abon cabe Hiyung dengan kisaran harga Rp. 20000–Rp.25.000 perkilo nya. Namun tidak lebih dari harga tersebut dikarenakan untuk keuntungan pengolahan boncabe Hiyung.

Untuk mengolah boncabe mendapatkan pelatihan-pelatihan ke Banjarbaru dan Bogor selama satu minggu yang diikutsertakan oleh LPB, yang sering ikut hanya 2 orang bapak junaidi dan bapak khairi. Pertama kali membuat boncabe itu memakai blender untuk menghaluskannya dan itu cukup lama, lalu setelah itu barulah ada mesin penggiling cabai dan oven dari LPB. Bantuan yang diberikan LPB hanyalah sekedar membantu dan tidak meminta keuntungan apapun. Adapun dari pihak pemerintah seperti dinas pertanian yang membantu membangun rumah produksinya, cara membuat bedengan cabai rawit dan dinas peindustrian yang membantu sertifikat halalnya.

Penentuan kemasan seperti pemilihan botol dan stiker yang memesan lewat LPB dan penentuan nama merek dengan berdiskusi dengan LPB dengan nama “Abon Cabe Hiyung” nama “Hiyung” dimasukkan karena ingin menjadikan desa Hiyung dikenal masyarakat luas dan ingin menjadikan ciri khas.

Bapak khairi mengatakan untuk modal awal dari LPB sebesar 4,5 juta dan omzet penjualan kurang tau karena bapak Junaidi selaku ketua yang mengurus nya. Menentukan harga boncabe per botolnya dengan mempertimbangkan berapa modal dari botol, stiker dan bahan baku lainnnya barulah tercapai harga per botolnya Rp. 20.000 untuk yang 35 gram. Boncabe dengan berat bersih 35 gram paling banyak yang dibeli diantara kemasan lainnya. Oleh karena

itu sering memproduksi boncabe dengan berat bersih 35 gram dengan keuntungan satu botol boncabe Hiyung adalah Rp. 9000.

Pemasaran boncabe Hiyung untuk pertama kali melalui pameran-pameran expo, acara-acara seperti ultah Lpb, astra, pama dan lainnya dan sampai sekarang sudah berkembang pemesanan sudah bisa dilakukan lewat online dengan adanya facebook, instagram dan whattsap yang memudahkan konsumen membeli. Perkembangan pemasaran boncabe sudah mencapai pasar modern di Martapura seperti az-zahra dan pinus dan sekarang sedang mengurus di Indogrosir dan alfamart namun karena persyaratannya masih ada yang belum terpenuhi sementara ditunda. Untuk pemesanan boncabe dalam tiap minggu/bulan nya tidak menentu ataupun pelanggan tetap masih belum ada. Pesanan terbanyak yang pernah dipesan konsumen sekitar 150-200 botol dan saat ada pameran atau acara-acara. Dan pemesanan sampai keluar daerah seperti bali, semarang, Jogjakarta, Bogor dan lainnya.

Perkembangan Rumah produksi semakin meningkat yang awalnya semuanya serba manual sekarang ada mesin yang mempercepat pengerjaannya, sedikit demi sedikit boncabe sudah dikenal sampai keluar daerah dan rencana akan dibangun rumah produksi yang jauh lebih besar agar memudahkan pengerjaan dan bisa menerima pesanan lebih banyak. Pernah ada yang ingin menanam modal seperti Bank Indonesia dan BPD namun sayangnya kami tidak bisa menerima karena masih belum berani dengan persyaratan-persyaratan yang ditentukan.

Keuntungan dengan berdirinya rumah produksi menjadikan nama kampung terkenal, usaha masyarakat juga ikut terbantu dan hasil ekonomi menjadi lebih baik. Sedangkan kesulitan nya terletak pada penanggulangan hama yang paling sering ditemui petani dan gudang penyimpanan yang masih kecil. (Wawancara Bapak Muhammad Khairi, 9 Agustus 2019, 16:30 WITA)

Responden 3

Nama : Nidha Aulia

Jenis Kelamin : 24 Tahun

Pekerjaan : Pegawai Honorer SD Pandahan 2

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Ibu Nidha merupakan kelompok tani karya baru sejak 2015 tahun lalu dan membantu di bagian pemasaran. Pemasaran nya yang dilakukan ibu nidha lewat media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp dan melewati teman-teman kuliah dari mulut ke mulut. Kalau iklan masih belum ada hanya ada lewat TVRI yang datang sendiri meliput dalam berita. Pernah ada yang ingin bekerja sama pihak ABC dengan cabai Hiyung tapi tidak diterima karena panen cabai Hiyung yang memiliki jangka pada bulan-bulan tertentu saja sehingga tidak berani mengambil kesempatan itu. Untuk promosi yang dilakukan kalau orang membeli banyak maka mendapat potongan harga dari harga boncabe Rp. 20.000 menjadi Rp. 17.500. Produk boncabe yang sering dijual adalah dengan berat bersih 35 gram karena boncabe 35 gram adalah yang paling diminati konsumen dengan rasa original dan bawang yang populer di antara konsumen. Selain boncabe ada juga sambal cabe, namun sambal cabe baru berjalan beberapa bulan dan masih belum dipatenkan label halal dan persyaratan lainnya sehingga pemasaran sambal cabe masih dalam tahap awal dan dikenal dengan usaha rumahan.

Perkembangan pasar boncabe sudah sampai dipasar modern seperti di minimarket az-zahra dan pinus Martapura, dan akan menembus alfamart dan indogrosir namun masih ada persyaratan yang harus dipenuhi. Adapun kesulitan dalam pemasaran terletak pada pengiriman

pesanan online dari daerah luar kota yang mana pemesan/konsumen ingin pesanan cepat sampai diterima.

Pesanan terbanyak itu dari 100-200 botol, untuk pelanggan tetap boncabe tidak ada selain az-zahra dan pinus dan kalau pelanggan tetap sambal cabe saat ini ada beberapa dari ibu-ibu rumah tangga yang selalu memesan. Apabila ada pesanan banyak seperti contoh ada beberapa dinas yang memesan boncabe secara bersamaan masing-masing memesan 300 pesanan, karena keadaan rumah produksi maka pesanan dibatasi menjadi 200 pesanan saja yang disediakan untuk masing-masing dinas tersebut. Rumah produksi abon cabe Hiyung didukung oleh LPB dan pemerintah seperti dinas pertanian dan dinas perindustrian. Kalau kemasan seperti botol dan stiker itu melewati LPB pemesanannya, yang mana pemesanan botol dan stikernya dari luar daerah dan LPB juga mengambil untung dari penjualan botol dan stiker tersebut.

Pernah waktu dulu rumah produksi kekurangan cabai sehingga menjadi pengalaman untuk menyimpan stok cabai dalam setahun. Adapun motivasi ibu Nidha ikut kelompok tani karya baru adalah untuk memajukan desa Hiyung supaya dikenal masyarakat bahwa desa Hiyung memiliki produk unggulan dan merupakan ciri khas Tapin. (Wawancara Ibu Nidha Aulia, 28 Agustus 2019, 12:00 WITA)

Responden 4

Nama : Khairansyah

Jenis Kelamin : 27 Tahun

Pekerjaan : Swasta

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Bapak Khairansyah atau yang sering dipanggil bapak khair sudah menjadi kelompok tani karya baru sejak 2015 tahun lalu dan membantu dibagian pemasaran. Pemasaran yang dilakukan bapak khair melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan whatsapp. Pemasaran dalam bentuk oleh-oleh khas Tapin oleh beberapa dinas yang mengadakan acara ke luar daerah sepeti Malang, Bandung, Solo dan masih banyak lagi.

Perkembangan pemasaran sudah masuk pasar modern seperti minimarket pinus dan az-zahra. Dan sekarang sedang mengurus pasar boncabe ke alfamart dan indomaret. Namun karena persyaratan yang susah dan masih ada hal-hal yang harus dipenuhi seperti membenahi kemasan boncabe yang masih kurang menarik. Penulisan label yang masih kurang rapi dan peletakan stiker yang masih tidak rapi karena penempelan stiker yang masih manual mengunakan tangan. Dan saat ini rumah produksi masih sedang berusaha memenuhi beberapa persyaratan agar bisa masuk Indogrosir (indomaret) dan Pt . Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) dan diminta membuat surat permohonan barang baru bisa dipasarkan.

Indogrosir merupakan perusahaan pedagangan dibidang ritel perkulakan modern yang menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari. Di Banjarmasin terletak di Jl. A. Yani Km. 12,2 Kecamatan Gambut. Yang bekerja sama dengan indomaret untuk menyuplai barang di cabang-cabang indomaret daerah Kalimantan selatan.

Kendala dalam pemasaran menurut bapak khair adalah terletak dikemasan yang masih kurang menarik. Boncabe memiliki beberapa berat bersih, 10 gram, 35 gram dan 50 gram. Karena banyak pesanan boncabe dengan berat bersih 35 gram adakalanya kekurangan botol 35 gram terpaksa botol yang 50 gram dimasukkan boncabe dengan berat bersih 35 gram, sehingga isinya terlihat tidak penuh. Dan kendala penulisan label dan penempelan stiker. Karena ketika ingin menarik konsumen itu yang paling utama adalah kemasan yang menarik. Pemesanan

boncabe untuk saat ini lumayan, meskipun pesanan perbulannya tidak menentu, terkadang satu bulannya ada banyak pesanan ada juga dalam satu bulannya pesanannya sedikit. Jadi hasil perbulannya sulit di hitung. Kira-kira dalam perbulan rata-rata ada 200 pesanan ke bawah. Kecuali ada kegiatan-kegiatan bisa melebihi 200 botol pesanan dengan berat bersih 35 gram. Untuk pelanggan yang sering memesan kebanyakan dari dinas-dinas dengan pemesanan yang sekaligus banyak, kalau pelanggan rumahan tidak terlalu banyak. Seperti pemesanan kebanyakan dari luar kota, kalau di Banjarmasin masih kurang kecuali dari dinas-dinas saja yang memesan. Karena para dinas lebih cepat mengetahui dengan ada nya acara-acara pemeritah, di banding masyarakat masih kurang tahu dan diharapkan ketika sudah memasuki alfamart dan indomaret banyak masyarakat yang sudah mengetahui.

Perkembangan gudang sudah ada penanganan dari dinas pertanian dengan dibangunnya rumah produksi abon cabe Hiyung yang lebih besar dengan ukuran 9×12 meter sehingga memudahkan pembuatan boncabe Hiyung dan dapat memproduksi lebih banyak lagi tanpa harus membatasi pesanan. Dan akan ada agrowisata cabai Hiyung sehingga orang-orang dapat berkunjung dan melihat bagaimana tanaman cabai rawit Hiyung.

Peran pemerintah sangat berpengaruh pada perkembangan rumah produksi abon cabe Hiyung, kalau tidak ada bantuan pemerintah akan sulit dalam mengembangkan usaha. Tapi pertama usaha ini memang kita dulu yang harus bekerja keras karena pemerintah tidak akan membantu apabila tidak ada hasil yang terlihat. Dengan ada nya peran pemerintah sangat membantu dengan adanya bantuan peralatan, pemasaran, pembangunan gudang penyimpanan yang baru, dan pengiriman barang keluar Indonesia seperti pesanan dari mekkah oleh TKI disana yang membawa oleh-oleh untuk rekan-rekan nya disana. Dan Rumah produksi abon cabe Hiyung

juga bekerjasama dengan LPB yang membantu dari awal usaha ini di mulai. (Wawancara Bapak Khairansyah, 28 Agustus 2019, 11:00 WITA)

Responden 5

Nama : Abdurrahman

Jenis Kelamin : 31 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Bapak Abdurrahman sudah menjadi petani cabai selama 8 tahun (2011) dan mulai tahun 2017 ikut kelompok tani karya baru dan membantu dibagian berkebun saja, namun apabila ada pesanan banyak maka bapak Abdurrahman ikut membantu dibagian pabrik. Namun bapak Abdurrahman jarang ikut karna ada kesibukan lainnya tiap pagi pergi ke hutan dan pulang menjelang maghrib. Untuk upah tidak ada karena sekedar membantu saja. Adapun siklus penanaman cabai rawit Hiyung adalah sebagai berikut:

Table 4.10 Siklus penanaman cabai rawit Hiyung

Bulan	Penanaman cabai	Keterangan
Januari – Februari	Proses penyemaian bibit selama sebulan kemudian proses pengepalan selama sebulan	Karena air masih pasang, lahan tenggelam. Proses penyemaian dilakukan di bulan ini.
Maret – April	Penanaman cabai ke lahan	Karena air sudah surut selanjutnya dilakukan penanaman cabai yang dikepal dipindah ke lahan cabai. Pada bulan maret dan april adalah waktu yang bagus untuk menanam cabai
	Masa pertumbuhan cabai selama 4 bulan	

Juni/juli – Seterusnya	Masa Panen	Panen dilakukan setiap minggu
Agustus	Puncak panen	

(Sumber data olahan)

Bedengan digunakan untuk penanaman cabai rawit didataran lebih tinggi agar terhindar dari genangan ketika air pasang. Desa Hiyung merupakan daerah rawa, biasanya pada bulan Maret air masih ada sedkit dilahan dan benar-benar kering pada bulan April. Karna apabila lahan masih basah cabai akan berwarna kuning dan lama-kelamaan mati. Adapun kendala pada penanaman cabai rawit adalah pada hama dan Penyakit.

Hama adalah perusak tanaman pada akar, batang, daun atau bagian tanaman lainnya sehingga tanaman tidak dapat tumbuh dengan sempurna atau mati. Ciri-ciri hama yaitu hama dapat dilihat oleh mata telanjang umumnya dari golongan hewan (tikus, burung, serangga, ulat dan sebagainya), hama cenderung merusak bagian tanaman tertentu sehingga tanaman menjadi mati atau tanaman akan tetap hidup tetapi tidak banyak memberikan hasil, serangga hama lebih udah di atasi karena hama tampak oleh mata atau dapat dilihat langsung.

Penyakit adalah sesuatu yang menyebabkan gangguan pada tanaman sehigga tanaman tidak bereproduksi atau mati secara perlahan-lahan. Ciri-ciri penyakit yaitu penyebab penyakit sukar dilihat oleh mata telanjang, penyebab penyakit antara lain mikroorganisme (virus, bakteri, jamur) dan kekurangan zat tertentu dalam tanah, Serangan penyakit umumnya tidak langsung sehingga tanaman ati secara perlahan-lahan.

Serangan hama dan penyakit sering di temui pada penyemaian yang kebanyakan lumpuh, serampun tanaman cabai mati pada saat siap panen, buah yang busuk, dan lain nya, penyebab utamanya karena faktor alam yang kadang panas dan kadang hujan. Kendala yang paling sulit di tangani adalah ketika buahnya busuk atau mati saat siap panen. Adapun cara menanggulanginya dengan obat fungsida dan tripoderma, tripoderma semacam obat yang ditaburkan pada tanahnya

dan fungsida untuk obat tanamannya. Kedua obat itu dapat mengurangi serangan penyakit pada tanaman cabai. Dan juga penanaman cabai yang sesuai waktunya pada bulan maret dan april juga mengurangi terjadinya serangan penyakit pada tanaman cabai rawit Hiyung. (Wawancara Bapak Abdurrahman, 25 Agustus 2019, 15:00 WITA)

Responden 6

Nama : Saranah

Jenis Kelamin : 43 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota/pekerja

Merupakan kelompok tani karya baru dan sudah menjadi petani cabai sejak 2015 tahun lalu, biasanya ibu saranah membantu bagian pemabrikannya mengolah cabai yang sudah dikeringkan untuk digiling dan dimasukkan ke dalam botol. Pengerjaan mengolah cabai pun tidak lama sehari pun sudah selesai. Adapun sedikit kesulitan ketika mengolah boncabe rasa bawang, perlu mengupas bawang putih yang cukup banyak dan agak memakan waktu. Namun ibu Saranah tidak terlalu sering ikut membantu karna ada kesibukan lainya yaitu memanen padi di daerah sungai puting.

Namun kata ibu Saranah untuk mengolah boncabe biasanya cukup bapak Junaidi dan bapak Khairi saja namun apabila pemesanannya banyak baru ada anggota lain yang ikut membantu dengan upah Rp. 100.000 dalam sehari, tidak tergantung berapa banyak boncabe yang dihasilkan, pengerjaannya pun tidak lama. Biasanya ada 4 orang yang membantu untu pemabrikannya. Untuk lahan cabai ibu Saranah tidak mempunyai lahan yang luas tidak sampai 1 hektar tapi ibu Saranah juga ikut membibit cabai dilahan yang sedikit itu, dan menjual bibit

tersebut apabila ada yang mencari bibit dengan hasil yang cukup untuk menambah penghasilan keluarga. (Wawancara Ibu Saranah, 10 Agustus 2019, 15:30 WITA)

Responden 7

Nama : Badarudin

Jenis Kelamin : 34 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Bapak Badarudin menjadi petani cabai sudah 10 tahun juga kelompok tani karya baru sejak 2015 tahun lalu dan membantu dibagian pemabrikannya dan di upah sebesar Rp. 100.000 dalam sehari apabila ada pesanan boncabe banyak. Pesanan terbanyak sekitar 150-200 botol. Pesanan boncabe tidak menentu tiap bulannya. Apabila pesanan kurang dari seratus biasanya hanya bapak Junaidi dan bapak Khairi saja yang mengolahnya dan membantu ketika pesanan banyak saja. Adapun kesulitannya pesanan yang tidak menentu membuat buruh lepas tidak bekerja rutin dan menjadi kurang motivasi. Bapak Badarudin memiliki lahan sendiri sekitar 1,5 hektar dan menjual bibit serta cabai nya ke konsumen luar daerah Hiyung. (Wawancara Bapak Badarudin, 10 Agustus 2019, 14:00 WITA)

Responden 8

Nama : Asnan

Jenis Kelamin : 27 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Rumah produksi abon cabe Hiyung dibangun supaya masyarakat Hiyung maju dan menstabilkan harga cabai agar tidak anjlok karena ketika harga cabai anjlok maka rumah produksi abon cabe Hiyung akan membelinya dengan harga Rp. 20.000 – Rp. 25.000. Bapak Asnan ikut kelompok tani karya baru sejak tahun 2015 dan membantu dibagian mesin dan pemabrikannya. Kalo pesanan banyak maka bapak Asnan ikut membantu mengolah boncabe Hiyung dan di upah Rp. 100.000 dalam sehari namun biasanya apabila pesanan sedikit hanya bapak Junaidi dan bapak Khairi saja yang melakukannya. Dan pengerjaannya tidak menentu sesuai pesanan dan ketika pesanan banyak saja. Paling banyak 20 kg cabai kering yang di olah dalam sehari. Kendala menurut bapak Asnan rasakan adalah gudang penyimpanan cabai Hiyung yang dimana pengerjaannya boncabe disana tidak leluasa dan diharapkan pengerjaan boncabe di rumah produksi yang memiliki tempat terbuka tanpa ditutupi dinding karena cabai rawit Hiyung yang pedas seringkali membuat suasana panas dan mata pedas. (Wawancara Bapak Asnan, 10 Agustus 2019, 17:00 WITA)

Responden 9

Nama : Zarkani

Jenis Kelamin : 28 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Sudah menjadi kelompok tani karya baru sejak 2015 tahun lalu dan membantu dibagian mesin dan servis-servis mesin apabila ada kerusakan pada mesin boncabe Hiyung. Biasanya yang sering diperbaiki adalah mesin penggiling pada tali polinya yang putus atau rusak yang menyebabkan mesinnya lambat memproduksi. Kalau servis mesin jarang dilakukan karena

penggunaan mesin juga tidak tiap hari hanya apabila ada pemesanan saja. Dan oven hampir tidak digunakan karena pengeringan cabai Hiyung biasanya hanya dijemur selama diterik matahari selama satu atau dua hari ketika cuaca panas. Sehingga yang sering diperbaiki bapak Zarkani adalah mesin penggiling saja. Kekurangan menurut bapak Zarkani pada mesin adalah kelengkapan mesin yang hanya berjumlah masing-masing satu mesin seperti memiliki satu mesin penggiling dan satu mesin oven untuk mengeringkan cabai Hiyung. (Wawancara Bapak Zarkani, 13 Agustus 2019, 14:30 WITA)

Responden 10

Nama : Syamsudin

Jenis Kelamin : 34 Tahun

Pekerjaan : Petani

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Bapak Syamsudin merupakan petani padi dan cabai, tiap hari beliau pergi ke Sungai Puting untuk bertanam padi dari pagi sampai menjelang maghrib. Adapun lahan cabai namun tidak begitu luas tidak sampai satu hektar. Beliau ikut kelompok tani karya baru sejak tahun 2015 lalu dan membantu di bagian pemabrikan ketika ada pesanan banyak dengan upah Rp. 100.000. Tidak ada kesulitan dalam pemabrikan, proses pengerjaan nya tidak sampai satu hari, upah tidak tergantung banyaknya botol boncabe yang dihasilkan. Varian rasa yang sering dikerjakan adalah rasa original dan bawang.

Namun bapak Syamsudin memiliki kesibukan sendiri setiap harinya, jadi beliau jarang ikut membantu dalam pemetikan cabai tiap minggunya dan pesanan sering dilakukan sendiri oleh bapak Junaidi dan bapak Khairi, kecuali ada pesanan banyak saja baru beliau ikut membantu,

itupun jika beliau ada waktu luang. (Wawancara Bapak syamsudin, 14 Agustus 2019, 15:30 WITA)

Responden 11

Nama : Amat

Jenis Kelamin : 34 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Bapak Amat merupakan kelompok tani karya baru sejak tahun 2015 lalu dan membantu dibagian pemabrikannya yaitu mengolah boncabe Hiyung ketika ada pesanan banyak saja, saat ada pesanan dari dinas-dinas atau pameran-pameran expo. Namun apabila pesanan kurang dari 100 maka hanya bapak Junaidi dan bapak Khairi saja yang mengerjakannya. Untuk pesanan-pesanan lainnya bapak Amat kurang mengetahui karena hanya sebagai pekerja yang di upah. Biasanya di bagian pabrik ada 4 orang pekerja yang di upah sekaligus dengan pengemasan sampai selesai. Adapun varian rasa yang sering dikerjakan adalah original dan bawang karena paling laku.

Sebagai pekerja buruh tidak ada kesulitan yang serius, hanya saja pesanan yang tidak menentu tiap minggu/bulannya membuat pekerjaan tidak tetap dan lebih memilih sibuk dengan pekerjaan beliau sendiri. Sehingga saat ini jarang dan kurang aktif, namun apabila di minta bantuan bapak Amat siap membantu pengerjaan boncabe. (Wawancara Bapak Amat, 14 Agustus 2019 16:10 WITA)

Responden 12

Nama : Arbainah

Jenis Kelamin : 38 Tahun

Pekerjaan : Honorer Perpustakaan SD Hiyung 1

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Ibu Arbainah merupakan kelompok tani karya baru sejak tahun 2015 yang lalu dan posisinya bendahara di kelompok tani karya baru namun biasanya ibu Arbainah membantu dibagian pengemasan boncabe Hiyung karena segala urusan pengeluaran dan pemasukan omzet penjualan ditangani oleh bapak Junaidi seorang diri. Kemudian rumah produksi abon cabe Hiyung meengembangkan satu produk lagi yaitu sambal cabe Hiyung. Yang mana ibu Arbainah yang bertanggung jawab menangani pembuatan sambal cabe Hiyung. Karena tidak ada keterampilan sebelumnya ibu Arbainah bersama dua rekan lainnya yaitu ibu Radiah dan ibu Muslimah melakukan pelatihan bagaimana cara pembuatan sambal cabe selama tiga hari, sehari dibanjarbaru lalu dua hari di binuang dibantu oleh LPB. Setelah pelatihan tersebut ibu arbainah beserta yang lain nya selalu meuji coba pembuatan sambal cabe, dan pembuatan sambal cabe nya tidak langsung berhasil dan sering mengalami kegagalan seperti rasanya ada bumbu nya yang kurang pas dan sambalnya cepat basi. Ada 6 orang yang mengurus sambal cabe Hiyung dan ada masa uji coba pembuatan sambal cabe Hiyung ibu Arbainah bersama rekan lainnya menggunakan modal sendiri, untuk total uang yang dihabiskan pada masa uji coba itu tidak bisa di hitung berapa totalnya karena tidak pernah mencatatnya, namun dikira-kira sekali pembuatan sambal cabe menghabiskan uang Rp. 160.000. Setelah melalui proses yang lumayan panjang akhirnya dibulan Februari sambal cabe berhasil diproduksi dan bisa dijual ke konsumen. Dengan bantuan dari LPB memberikan uang sebagai modal awal sebanyak Rp. 600.000 dan bantuan

freezer untuk menyimpan bahan-bahan baku sambal, botol, dan stiker. Untuk menghaluskan cabai menjadi sambal masih menggunakan olekan.

Untuk penjualan, karena ini masih 6 bulan berjalan belum dipatenkan, PIRT belum keluar dan label halal nya sehingga belum bisa masuk pasar yang lebih luas karena perlu berjalan setahun dulu baru label halalnya akan di urus. Untuk saat ini sambal cabe Hiyung masih usaha rumahan dan konsumen nya masih belum terlalu luas jangkauan nya, hanya melewati pesanan teman-teman saja dan menawarkan nya ke konsumen sekitar. Dan pemasaran awalnya melewati pameran-pameran expo dalam proses promosinya. Dan dinas-dinas yang memesan untuk acara-acara. Saat ini ibu Arbainah masih belajar agar bisa memasarkan lewat *market place*. Adapun rencana-rencana pemasaran agar lebih luas namun karena ini usaha kelompok sehingga perlu di musyawarahkan dulu dengan kelompok untuk mencapai kesepakatan bersama.

Adapun pemesanan tiap bulannya tidak menentu, rata-rata pesanan perbulannya kurang lebih 10 botol kecuali ada pesanan dari dinas-dinas dan acara-acara LPB pesanan nya 150-200 botol. Untuk keuntungannya di gunakan untuk melengkapi kekurangan yang ada dan kalaupun dibagi rata-rata Rp. 50.000 per orang. Untuk rincian catatan keuangannya masih belum terinci. karena struktur organisasinya masih dalam promosi.

Adapun kendalanya yaitu pengerjaannya masih manual menggunakan olekan, kalau dalam sehari lebih 3 kg pesanan tidak akan mampu menyelesaikannya. Menggunakan olekan dikarenakan agar bahan yang di olah tidak bercampur air yang bisa menyebabkan basi pada sambal cabe yang telah dimasukkan ke dalam botol, sambal cabe Hiyung tidak menggunakan bahan pengawet sehingga aman dikonsumsi, untuk tahan lamanya, rasa original bertahan 3 bulan dan untuk sambal cabe yang varian rasa bertahan lama selama 1-2 bulan. Menggunakan olekan akan diterapkan sampai ada mesin yang pengerjaannya mirip olekan yang mana pembuatan

bahan baku sambal cabe tidak mencampurkan air ketika pengerjaannya. (Wawancara Ibu Arbainah, 20 Agustus 2019, 14:20 WITA)

Responden 13

Nama : Radiah

Jenis Kelamin : 34 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Ibu Radiah sudah menjadi anggota kelompok tani karya baru sejak 2015 tahun lalu dan ikut membantu di bagian sambal cabe Hiyung. Sebelumnya ibu Radiah membantu dibagian pengemasan boncabe Hiyung. Karena tidak memiliki keterampilan ibu Radiah ikut melakukan pelatihan pembuatan sambal cabe bersama ibu arbainah dan ibu muslimah bagaimana cara pembuatan sambal cabe selama tiga hari, sehari dibanjarbaru lalu dua hari di binuang dibantu oleh LPB. Setelah pelatihan tersebut ibu radiah beserta yang lain nya selalu meuji coba pembuatan sambal cabe, dan pembuatan sambal cabe nya tidak langsung berhasil dan sering mengalami kegagalan sampai melalui proses akhirnya pembuatan sambal cabe berhasil.

Untuk pemasaran dan penjualan ibu radiah kurang mengetahui karena semuanya ibu arbainah yang mengatur nya, dan apabila ada pesanan maka ibu radiah bersama anggota lainnya langsung membuat sambal cabe Hiyung. Dalam sehari bisa menyelesaikan 3 kg botol. Dalam 1 kg cabai bisa menghasilkan 16/17 botol.

Kalau pemesanan perbulannya tidak menentu kurang lebih 10 botol saja kecuali ada pemesanan dari dinas-dinas atau pameran-pameran expo yang membuat pesanan bisa 100-200 botol. Pemesanan botol dan stiker melewati LPB, adapun kesulitannya pada botol yang berubah,

dulu itu botol sambal cabe dengan berat bersih 150 gram dan sekarang berubah lagi dengan botol 100 gram sehingga mengalami perubahan harga, kalau 150 gram harga sambal cabe Hiyung Rp. 20.000 dan 100 gram dengan harga Rp.17.000. Dengan tahan lama sekitar sebulan. Adapun varian rasa nya original, mangga, binjai, limau kuit dan jeruk nipis. Dan yang paling laku itu sambal cabe rasa binjai. (Wawancara ibu Radiah, 23 Agustus 2019, 15:10 WITA)

Responden 14

Nama : Salasiah

Jenis Kelamin : 28 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Ibu Salasiah ikut kelompok tani karya baru sejak 2015 tahun lalu. Biasanya ibu Salasiah membantu apabila ada pesanan banyak yang utama adalah pengemasan, pemasangan stiker ke botol yang masih manual, pengerjaannya satu hari bisa menghasilkan 50 botol – 100 botol. Pengerjaan tergantung pesanan dan tidak menentu. Ibu Salasiah juga menangani sambal cabe Hiyung dan membantu dalam proses pembuatan dan membantu memasarkan. Sambal cabe Hiyung baru 6 bulan berjalan dan masih dalam tahap promosi. Apabila ada pameran-pameran expo sambal cabe juga ikut . biasanya 100 botol untuk promosi dengan varian rasa mangga, binjai, original, limau kuit dan jeruk nipis. Pernah waktu pameran expo di Banjarbaru mengirim 75 botol dan laku 50 botol, kemudian sisanya di jual ke lain. Saat ini proses menjual dari teman ke teman atau dari whatsapp. Pesanan terbanyak selain pameran ada 2,5 kg atau sekitar 45 botol sambal cabe dengan berat bersih 100 gram yang dipesan oleh dinas untuk oleh-oleh khas tapin. (Wawancara ibu Salasiah, 23 Agustus 2019, 16:00 WITA)

Responden 15

Nama : Muslimah

Jenis Kelamin : 38 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Ibu Muslimah merupakan anggota baru kelompok tani karya baru. Dan memulai ketika ada pembuatan sambal cabe Hiyung yang mana ibu Radiah ikut training/pelatihan proses pembuatan ambal cabe Hiyung selama tiga hari, sehari di Banjarbaru lalu dua hari di Binuang dibantu oleh LPB. Setelah training/pelatihan tersebut ibu Radiah beserta yang lain nya selalu meuji coba pembuatan sambal cabe, dan pembuatan sambal cabe nya tidak langsung berhasil dan sering mengalami kegagalan sampai melalui proses akhirnya pembuatan sambal cabe berhasil.

Untuk pemasaran dan penjualan ibu radiah kurang mengetahui karena semuanya ibu Arbainah yang mengaturnya, dan apabila ada pesanan maka ibu Muslimah bersama anggota lainnya langsung membuat sambal cabe Hiyung. Dalam sehari bisa menyelesaikan 3 kg botol. Dalam 1 kg cabai bisa menghasilkan 16/17.

Waktu pengerjaan hanya pada waktu ada pesanan saja, pesanan untuk per minggu/bulan nya tidak menentu. Dalam sebulan kurang lebih 10 botol sambal cabe Hiyung. Adapun pesanan terbanyak ketika ada pameran-pameran dan pesanan dari dinas-dinas. sekitar 100 pesanan untuk promosi di tiap pameran-pameran expo.

Adapun kesulitan nya, dalam sehari satu orang hanya mampu 1 kg saja, soalnya pengerjaan masih manual dengan menggunakan olekan, dan keuntungan juga masih digunakan

untuk melengkapi keperluan sambal cabe Hiyung karena masih merupakan usaha baru. (Wawancara ibu Muslimah, 23 Agustus 2019, 17:00 WITA)

Responden 16

Nama : Fathul Jannah

Jenis Kelamin : 40 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Responden 17

Nama : Hj. Norma

Jenis Kelamin : 40 Tahun

Pekerjaan : Petani Cabai

Alamat : Jl. Hakim Samad Desa Hiyung Rt 4

Posisi : Anggota

Ibu Fathul jannah atau bisa dipanggil dengan ibu Ifat dan ibu Norma merupakan anggota baru sejak dimulai nya pengerjaan sambal cabe Hiyung atau sejak februari 2019 lalu. Adapun alasan mereka ikut kelompok ini di minta oleh ibu Arbainah dan agar dapat mengembangkan cabai rawit desa Hiyung menjadi lebih bernilai ekonomis.

Ibu Ifat dan ibu Norma bekerja ketika ada pesanan saja, adapun upah yang diberikan kepada 5 orang pekerja sebesar Rp. 30.000 (upah mengolek: Rp. 20.000, upah pengemasan: Rp. 10.000), upah yang ditetapkan dalam sekali pengerjaan pembuatan sambal cabe. Karena sambal cabe Hiyung masih usaha baru dan dalam tahap promosi dan uji coba. Pelanggan dari masyarakat hanya beberapa saja dari teman ke teman dan ditawarkan ke konsumen sekitar.

Selain itu pesanan dari pameran-pameran expo atau dari dinas-dinas untuk acara. Pesanan terbanyak ketika ada pameran expo dan pesanan dari dinas sekitar 100 botol sambal cabe Hiyung dan untuk perbulan nya sekitar kurang lebih 10 botol cabai Hiyung.

Dalam satu botol sambal cabe Hiyung memiliki *profit* Rp. 3000 per buah nya dengan berat bersih 100 gram. Adapun hasil penjualan digunakan untuk melengkapi kekurangan dari peralatan/bahan baku sambal cabe Hiyung, jika ada sisanya maka di bagi hasil, pernah pada satu waktu ketika ada dari hasil penjualan ketika pameran yaitu Rp.50.000 per orang nya.

Kesulitan yang sering di alami ketika pembuatan sambal cabe yaitu karena masih menggunakan olekan pengerjaan lumayan lama, tangan yang penat, mata perih dan tangan panas.

Karena pengerjaannya masih manual menggunakan olekan dalam sehari anggota hanya mampu mengerjakan 3 kg cabai saja, diperkirakan satu orang mampu mengerjakan 1 kg cabai dalam sehari namun pengerjaan nya terbilang masih lambat. Dan botol yang sering berubah-ubah, sebelumnya ukuran botol sambal cabe berat bersih 150 gram namun sekarang botol nya dengan berat bersih 100 gram sehingga. Untuk pemesanan botol dan stiker melalui LPB. (Wawancara Ibu Fathul Jannah dan Ibu Norma, 23 Agustus 2019, 11:00-12:30 WITA)

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dan telah dikemukan dalam penyajian data di atas, maka analisis data dilakukan sesuai rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini. Untuk lebih sistematisnya proses penganalisisan data ini, peneliti memaparkan berdasarkan rumusan masalah yang dibuat.

1. Strategi Pengembangan Usaha Rumah Produksi Abon Cabe Hiyung

Hasil penelitian dan pembahasan ini mengungkapkan tentang strategi pengembangan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung. Dalam penelitian ini di fokuskan pada strategi pengembangan usaha yang dilakukan rumah produksi abon cabe Hiyung.

Thompson dan Strikcland (2001) menegaskan "strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target)". (Rachmat, 2014, hlm. 2)

a. Perumusan Strategi

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan penulis maka perumusan strategi pada strategi pengembangan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung adalah sebagai berikut:

1) Misi

Rumah produksi abon cabe Hiyung berdiri pada tahun 2017 oleh kelompok tani karya baru yang bekerjasama dengan LPB, dinas pertanian dan dinas perindustrian. Kelompok tani karya baru terbentuk pada tahun 2015 atas dasar ingin menstabilkan harga cabai rawit Hiyung ketika harga anjlok, membuat cabai Hiyung bernilai ekonomis, memberikan lowongan pekerjaan kepada masyarakat Hiyung dan ingin memajukan nama desa Hiyung menjadi khas Tapin.

2) Tujuan

Dengan adanya rumah produksi Hiyung memudahkan petani cabai Hiyung ketika harga cabai anjlok, petani cabai dapat menjual cabai-cabai nya ke rumah produksi Hiyung diatas harga anjlok dengan harga Rp. 20.000-Rp. 25.000 sehingga petani Hiyung tidak mengeluh lagi ketika harga anjlok. Kemudian membuka pekerjaan untuk pemuda-pemuda desa Hiyung dan membuat masyarakat luas mengetahui adanya cabai terpedas se-Indonesia yang ada di desa Hiyung.

3) Strategi

Setiap tahun harga cabai Hiyung selalu turun dan banyak petani Hiyung mengeluh dengan harga cabai yang turun drastis sehingga bapak Junaidi dan bapak Khairi memiliki ide untuk merintis usaha membuat olahan cabai Hiyung. Kemudian Bapak Junaidi membentuk kelompok tani karya baru pada tahun 2015 memiliki anggota 25 orang. Setelah itu bekerjasama dengan LPB. LPB memberikan bantuan pelatihan kepada bapak Junaidi dan bapak Khairi dengan mengirim beliau-beliau ke Bandung dan Bogor baik itu dari pembibitan, penanaman, dan pembuatan boncabe. Kerjasama yang terbentuk dibidang pelatihan dan setelah panen, maksudnya dari awal usaha di mulai sampai usaha itu sukses. Pada tahun 2015-2016 adalah masa training dan uji coba olahan produk cabai yaitu yang diberi nama boncabe Hiyung. Saat itu bapak Junaidi dengan rekan lainnya *melobby* proposal ke pemerintah kemudian baru ada bantuan dari dinas pertanian dan dinas perindustrian. Baru pada tahun 2017 dibangun rumah produksi abon cabe Hiyung berukuran`4×6 meter oleh dinas pertanian dan peralatan dari dinas perindustrian dan modal awal 4,5 juta dari LPB.

Kemudian dimulai lah usaha boncabe Hiyung dan ikut pameran-pameran untuk promosi dan pemasaran nya dibantu oleh LPB dan dinas pertanian dan dinas perindustrian. Untuk promosi dan pemasarannya juga lewat brosur dan sosial media seperti instagram, facebook, whatsapp dan dari mulut ke mulut.

Untuk perkembangan rumah produksi abon cabe Hiyung olahan cabai selain boncabe juga ada sambal cabe dengan 5 varian rasa kemudian akan ada keripik pedas Hiyung dan permen cabe Hiyung. Pemasaran boncabe Hiyung mulai memasuki pasar modern di martapura yaitu az-zahra dan pinus juga akan memasuki pasar alfamart dan indomaret. Dan untuk memperbesar jumlah produksi rumah produksi abon cabe Hiyung maka saat ini masih sedang dibangun rumah

produksi abon cabe Hiyung yang jauh lebih besar dari sebelumnya berukuran 9×12 meter dan tambahan peralatan juga.

4) Kebijakan

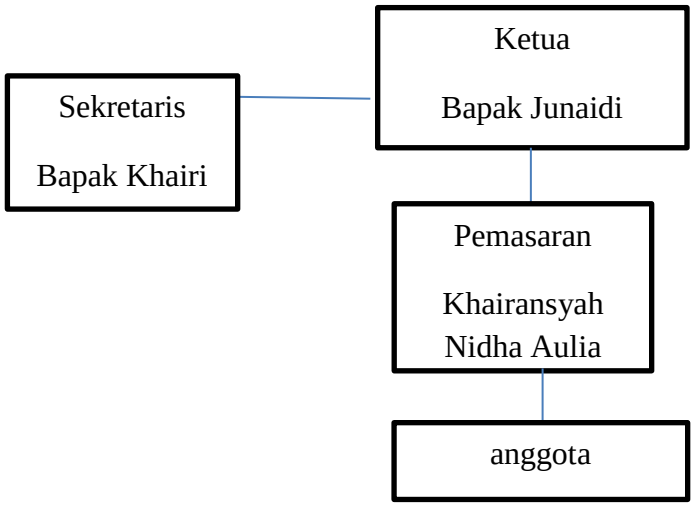
a) LPB

Bentuk bantuan dari LPB berupa pelatihan, modal, serta promosi dan pemasarannya. Ada beberapa kebijakan yang digunakan demi kemajuan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung seperti kerjasama dengan LPB yaitu: pembelian stiker dan botol boncabe harus melewati LPB, pada kemasan produk ada nama LPB tertera pada label, dan kontrak kerja sampai rumah produksi abon cabe Hiyung sukses besar.

b) Pemerintah

Bentuk bantuan dari Dinas pertanian dan Dinas perindustrian berupa pembangunan rumah produksi abon cabe Hiyung serta peralatan mesin-mesin dan dalam bentuk pameran-pameran expo. Peran pemerintah sangat berpengaruh besar terhadap usaha karena dengan adanya bantuan memudahkan rumah produksi abon cabe Hiyung berkembang.

c) Kelompok Tani Karya Baru



Uraian Tugas

Ketua kelompok : Bertanggung jawab terhadap aktivitas produksi secara keseluruhan.

Sekretaris : Bertanggung jawab membantu ketua kelompok terhadap aktivitas produksi secara keseluruhan.

Pemasaran : Bertanggung jawab terhadap aktivitas pemasaran secara keseluruhan mulai dari menggali informasi pasar, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dihasilkan.

Anggota : Bertanggung jawab terhadap pengolahan produk olahan cabai dan diberi upah.

Maka dari itu berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Junaidi dan bapak Khairi cara mengembangkan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung adalah sebagai berikut.

1. Pameran-pameran expo
2. Media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp
3. Rekan kerja atau teman
4. Brosur
5. Memasuki pasar modern martapura
6. Akan memasuki Alfamart dan Indomaret.

Hasil tersebut sesuai dengan teori “Implementasi strategi” dan evaluasi dan kontrol strategi yaitu sebagai berikut teorinya.

Implementasi Strategi merupakan proses mewujudkan strategi dan kebijakan, yang berarti memobilisasi karyawan dan manajer untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi tindakan.

Implementasi strategi menuntut perusahaan untuk menetapkan objektif tahunan, melengkapi dengan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengubah arah usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi dan mengembangkan kompensasi karyawan dengan prestasi organisasi.

Evaluasi dan kontrol yaitu membandingkan antara kinerja perusahaan dengan hasil yang diharapkan perusahaan. Kinerja adalah hasil akhir dari suatu aktivitas. (Rachmat, 2014, hlm. 32).

b. Pasar

Pasar merupakan suatu yang sangat vital bagi seorang pengusaha harus mengetahui secara baik tentang bagaimana dapat memasarkan produknya. Perusahaan harus merencanakan bauran pemasaran *(Marketing Mix)* yang akan memaksimalkan penjualan dan keuntungan. Strategi *marketing mix* terdiri dari 4 yaitu: strategi produk, harga, tempat dan promosi.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan penulis maka strategi pasar yang dilakukan rumah produksi abon cabe Hiyung dalam mengembangkan produk olahan cabai Hiyung adalah sebagai berikut:

1. Strategi produk
    a) Penentuan logo dan moto, adapun logo rumah prduksi abon cabe Hiyung adalah logo yang bertulisan desa Hiyung. dan moto masih belum ada.
    b) Menentukan merek, menurut responden 2 yaitu bapak Khairi mengatakan penentuan nama merek untuk produk olahan cabai Hiyung dengan berdiskusi bersama LPB dengan nama “Boncabe Hiyung” yang mana nama “Hiyung” dimasukkan karena ingin menjadikan desa Hiyung dikenal sehingga nama Hiyung dijadikan merek untuk

beberapa olahan cabai Hiyung. Begitupun juga dengan nama produk baru yaitu sambal cabe Hiyung.

c) Menciptakan kemasan, kemasan produk Hiyung dari LPB yang menyediakan, berupa botol dan stiker. Botol yang disediakan untuk boncabe Hiyung berukuran 35 gram dan sambal cabe Hiyung berukuran 100 gram. Bentuk untuk boncabe Hiyung cukup menarik pada bagian tutupnya yang menyediakan beberapa lobang ada yang kecil, sedang dan besar sehingga memudahkan konsumen menumpahkan boncabe. Namun menurut bapak Khairansyah yang merupakan responden ke 4 mengatakan kemasan untuk produk olahan cabai Hiyung masih kurang menarik dan kurang rapi sehingga akan dilakukan perbaikan pada kemaan agar lebih menarik.

d) Keputusan Label, keputusan label yang dilekatkan pada produk dibuat oleh pihak LPB yang menyediakan kemasan produk olahan cabai Hiyung. Yang mana label pada produk boncabe Hiyung berisi sebagai berikut yaitu: Nama LPB banua prima persada, PIRT, berat bersih, Logo desa Hiyung, komposisi, varian rasa, produksi, nama boncabe Hiyung, dan tulisan cabai tepedas se-Indonesia. Sedangkan sambal cabe yaitu: Nama LPB prima persada, PIRT, berat bersih, produksi, nama sambal cabe Hiyung dan tulisan nama cabai terpedas se-Indonesia.

2. Strategi harga

Dalam menentukan harga untuk penjualan produk olahan cabai Hiyung rumah produksi abon cabe Hiyung mempertimbangkan keadaan masyarakat sekitar yang mana menentukan harga semurah mungkin dengan maksud agar produk laku dipasaran dan meningkatkan penjualan namun diharapkan masih dalam kondisi menguntungkan. Ada beberapa jenis ukuran boncabe Hiyung yang berbeda ukuran, dan harga untuk 35 gram dengan harga Rp. 20.000 dan 50 gram

dengan harga Rp. 35.000. Namun ternyata yang paling laku adalah boncabe dengan ukuran 35 gram dikarenakan harga itu menurut beberapa responden stabil dan cukup diminati. Begitupula dengan sambal cabe dengan ukuran 100 gram dijual dengan harga Rp.20.000 juga. Namun tidak mengurangi mutu produk yang merupakan cabai rawit terpedas se-Indonesia.

3. Strategi tempat

Meskipun tempat rumah produksi abon cabe Hiyung ada di desa Hiyung yang memungkinkan lumayan jauh dari kawasan industri, perkotaan, lokasi pasar, dan pusat pemerintahan namun distribusi produk akan tersebar ke daerah-daerah lainnya seperti adanya dipasar modern Martapura. Dan aktifnya penjualan yang dilakukan anggota kelompok tani karya baru.

4. Strategi promosi

a) Iklan, adapun iklan masih dalam bentuk menyebarkan brosur, menurut bapak khairansyah kemasan yang masih menjadi kendala sehingga belum saat nya produk olahan cabai Hiyung masuk iklan (televisi) untuk sementara ini, dan iklan juga memerlukan biaya sehingga perlu menyediakan modal yang lebih lagi terlebih dahulu.

b) Promosi penjualan, promosi penjualan menurut ibu Nidha yang merupakan responden 3 mengatakan seringkali mengadakan potongan harga apabila ada pesanan banyak yang dipesan oleh konsumen.

c) Publistis, Menurut bapak Junaidi yang merupakan responden 1, publistis yang dilakukan adalah seringkali mengikuti pameran-pameran expo sehingga memudahkan masyarakat umum mengenal apa itu cabai Hiyung dan seperti apa produk olahan cabai Hiyung, pada saat pameran anggota kelompok menarik pelanggan dengan

membiarkan calon pelanggan tersebut mencoba terlebih dahulu dengan menyediakan tahu sebagai makanan tambahan nya agar calon pelanggan bisa mencoba rasa produk olahan cabai Hiyung dan diharapkan hal ini membuat calon pelanggan tertarik unuk membelinya.

d) Penjualan pribadi, rumah produksi abon cabe Hiyung juga membolehkan apabila ada yang ingin menjadi reseller produk olahan cabai Hiyung.

Sedangkan dalam presfektif islam usaha atau bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan-Nya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang sangat besar. agar usaha semakin berkembang alangkah baiknya sesuai landasan surah al ahqaaf :19

وَلِكُلٍّ دَرَجَٰتٌ مِّمَّا عَمِلُوا۟ ۖ وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَٰلَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan (Depag, 1993, p. 825)

Dalam surat tersebut, orang-orang islam didorong untuk menggunakan hari-harinya untuk memperoleh keuntungan dan karunia Allah. Begitu pula dalam berusaha dilarang melakukan kegiatan perbuatan curang dan memakan riba. (Mardani, 2014, hlm. 79)

Dalam islam ada strategi yang harus dijalankan dalam mengembangkan usaha yaitu:

a. Jujur
b. Ikhlas
c. Profesional

d. Silaturahmi

e. Niat suci dan ibadah

f. Menunaikan zakat, infaq dan sedekah

2. Kendala Dalam Mengembangkan Rumah Produksi Abon Cabe Hiyung

Dari hasil penelitian di atas maka ada kendala dalam mengembangkan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung, Untuk mengetahui kendala apasaja yang ada di rumah produksi abon cabe Hiyung menggunakan teori analisis SWOT.

SWOT adalah singkatan dari *strenght* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunties* (peluang), dan *threats* (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *profit* dan *nonprofit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

Pada penelitian analisis swot dapat di amati berdasarkan hasil wawancara dengan responden-responden di atas yang mana dapat disimpulkan apa yang menjadi ancamana, peluang, kekuatan dan kelemahan rumah produksi abon cabe Hiyung yaitu sebagai berikut:

a. Kekuatan

1) Dukungan anggaran yaitu bantuan dari pemerintah dan LPB. Baik bantuan berupa dana maupun berupa peralatan dan pembinaan. Yang mana dengan adanya bantuan dari berbagai pihak memudahkan rumah produksi abon cabe Hiyung berkembang menjadi usaha yang lebih besar lagi.
2) Rumah produksi abon cabe Hiyung memiliki produk unggulan yaitu cabai Hiyung yang pedasnya 17 kali lipat dari cabai biasa atau 9.400 PPM atau merupakan cabai terpedas se-Indonesia.

3) Promosi melalui media internet

b. Kelemahan

1) Kemasan yang masih belum rapi

2) Struktur organisasi yang kurang berjalan

3) Sistem pekerja yang tidak sesuai jadwal

4) Peralatan produksi yang terbatas

5) Pembatasan pesanan

6) Modal masih minim

7) Pemasaran belum menyeluruh

8) Kurangnya keberanian untuk bekerjasama dengan lembaga lain.

Dalam mengembangkan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung mempunyai beberapa peluang. Peluang tersebut sebagai berikut:

c. Peluang

1) Minat konsumen terhadap produk rumah produksi abon cabe Hiyung cukup tinggi

2) Mengikuti pameran – pameran expo

3) Tidak ada pesaing di daerah Tapin dan sekitarnya

4) Perkembangan teknologi

Dalam menjalankan usaha tidak pernah dipungkiri bahwa semua akan berjalan mulus. Bagitupun dengan rumah produksi abon cabe Hiyung dalam mengembangkan usaha ada beberapa kendala yang dapat menghambat. Adapun kendala-kendala yang sering dihadapi yaitu terdapat pada ancaman, antara lain:

d. Ancaman

1) Pesanan yang tidak menentu tiap bulannya

2) Masyarakat sekitar masih kurang mengetahui adanya produk cabai Hiyung
3) Mudah dalam mendapat produk subtitusi

Adapun Rumah Produksi Abon Cabe Hiyung mempunyai ide untuk mengatasi hal berbagai kendala. Untuk mengantisipasi kendala-kendala tersebut Rumah produksi abon cabe Hiyung melakukan pencarian alternative strategi dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) yang di miliki rumah produksi abon cabe Hiyung.

Penerapan SWOT bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa-masa yang akan datang.

Sehingga dengan adanya analisis SWOT, rumah produksi abon cabe Hiyung mengetahui apa saja permasalahan-permasalahan yang sering dihadapi dan langkah apa saja yang harus dilakukan dalam mengembangkan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung.

Cara yang dilakukan rumah produksi abon cabe Hiyung dalam mengembangkan usaha rumah produksi abon cabe Hiyung adalah sebagai berikut:

1) Membangun Rumah produksi yang lebih besar dari sebelumnya menjadi 9×12 meter yang mana akan dijadikan gudang penyimpanan cabai kering agar dapat memuat cabai dalam skala besar sehingga memudahkan pesanan-pesanan dari konsumen menjadi lebih luas. Dan rumah produksi yang berukuran 4×6 meter akan dijadikan kantor. Dengan di bangunnya gudang penyimpanan yang lebih besar diharapkan Rumah produksi abon cabe Hiyung akan semain berkembang pesat.
2) Akan dijadikan agrowisata, sehingga menarik masyarakat untuk berkunjung dan memudahkan promosi produk cabai Hiyung.

3) Membenahi kemasan, karena kemasan yang sekarang masih kurang rapi dan kurang menarik maka pihak rumah produksi abon cabe Hiyung membenahi kemasan produk agar dapat menarik konsumen. Dan dapat memasuki pasar yang lebih luas lagi.
4) Mulai memasuki pasar modern di Martapura dan akan memasuki pasar alfamart dan indomaret agar masyarakat/konsumen mengetahui adanya produk unggulan cabai Hiyung dalam bentuk boncabe dan sambal cabe.
5) Menyebarkan brosur ke masyarakat sekitar.

Adapun solusi yang dapat digunakan untuk mengatasi kendala yang ada pada rumah produksi abon cabe Hiyung yang diperoleh dari analisis SWOT yaitu:

1) Strategi SO, strategi yang berdasarkan pada kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki rumah produksi
2) Strategi WO, strategi WO ditetapkan mengatasi kelemahan untuk meraih peluang
3) Strategi ST, strategi ST merupakan strategi yang berdasarkan pada faktor memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman
4) Strategi WT, strategi yang defensive untuk meminimalkan kelemahan untuk bertahan dari ancaman

Tabel 4.11
Analisis SWOT

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
	1. Dukungan anggaran 2. Rumah produksi abon cabe Hiyung memiliki produk unggulan 3. Promosi melalui media internet	1. Kemasan yang masih belum rapi 2. Struktur organisasi yang kurang berjalan 3. Sistem pekerja yang tidak sesuai jadwal 4. Peralatan produksi yang terbatas 5. Pembatasan

		pesanan 6. Modal masih minim 7. Pemasaran belum menyeluruh 8. Kurangnya keberanian untuk bekerjasama dengan lembaga lain.
PELUANG (O) 1. Minat konsumen terhadap produk cukup tinggi 2. Mengikuti pameran-pameran expo 3. Tidak ada pesaing di daerah Tapin dan sekitarnya 4. Perkembangan teknologi	STRATEGI S-O 1. Produk unggulan yang dapat menarik konsumen 2. Meningkatkan penjualan dengan tidak adanya pesaing 3. Meningkatkan promosi dengan iklan di internet 4. Mengoptimalkan kegiatan produksi dengan alat-alat modern	STRATEGI W-O 1. Perbaikan manajemen organisasi agar pekerjaan menjadi maksimal 2. Meningkatkan modal usaha 3. Memperbaharui alat-alat baik produksi maupun manajemen 4. Meningkatkan pemasaran melalui internet dan pameran expo
ANCAMAN (T) 1. Pesanan yang tidak menentu tiap bulannya 2. Masyarakat sekitar masih kurang mengetahui adanya produk cabai Hiyung 3. Mudah dalam mendapat produk subtitusi	STARTEGI S-T 1. Meningkatkan promosi melalui media internet dan brosur 2. Menjaga kualitas produk olahan cabai rawit Hiyung	STRATEGI W-T 1. Bekerjasama dengan pemerintah atau lembaga terkait dalam menguatkan modal serta meningkatknya sarana penunjang usaha 2. Meningkatkan kegiatan produksi 3. Meningkatkan hubungan baik antara pelanggan dan penjual 4. Menggunakan

		media internet untuk menganalisa pasar