

ANALISA MANAJEMEN PRODUKSI
(Studi Rumah Produksi TAHU AZAM BAROKAH)

ARMAWI

Email: armawi180786@gmail.com

STIS Darul Falah Bondowoso

ABSTRAK

Persaingan ekonomi dunia semakin meningkat, inovasi-inovasi baru bermunculan tiada henti. Seluruh dunia saling bersaing menunjukkan eksistensinya, tidak mau kalah dan tertinggal satu sama lain. Mc Kinsey Global Institute dalam laporannya, memprediksikan bahwasanya Indonesia akan menjadi negara dengan sektor kekuatan ekonomi terbesar dunia ke7 pada tahun 2030. Hal ini, diperkuat oleh paritas daya jual beli yang ditambah dengan Indonesia merupakan negara anggota G-2019 negara dengan perekonomian terbesar dunia. Rumusan Masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Bagaimana pengolahan tahu yang baik dan benar pada Rumah Industri Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso?. 2) Bagaimana pola pendistribusian Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso?. 3) Bagaimanakah cara mengembangkan produksi Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso agar dapat meningkatkan taraf ekonomi?. Adapun Tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) Mengetahui cara pengelolaan Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso. 2) Mengetahui tata kelola pendistribusian Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso. 3) Mengetahui cara perkembangan produksi Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso tentang peningkatan taraf ekonomi.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa di rumah produksi tahu azam barokah, usaha tahu tersebut tidak akan berjalan tanpa adanya modal dan tidak akan berdiri tanpa adanya kemauan dari tim manajer produksi atau yang biasa disebut dengan owner tahu azam barokah. Bisa dipastikan, bahwa memproduksi suatu usaha apapun tidak akan terlepas dari 4 faktor tersebut. Seperti tanah, jika tidak ada tanah yang subur untuk ditanami kedelai maka sebuah makanan yang bernama tahu ini tidak akan pernah ada. Karena bahan dasar dalam proses pembuatan tahu adalah kedelai. Selain itu, tanpa adanya tenaga kerja usaha tahu di azam barokah tidak akan berjalan. Karena, jika tidak ada yang bekerja maka tidak akan bisa memproduksi tahu, sekalipun bahan dan alatnya ada. Karena kekompakan tenaga kerja dalam suatu pekerjaan ini juga sangat dibutuhkan agar bisa didapatkan hasil yang maksimal. Selanjutnya, proses pendistribusian ini tentunya melalui beberapa jalur agar produk bisa sampai ke tangan konsumen. Adapun jalur-jalur distribusi tersebut, yaitu: a) Produsen – konsumen. b) Produsen – pengecer – konsumen. c) Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen. d) Produsen – agen – pengecer – konsumen. Di dalam proses pendistribusian tahu azam barokah menggunakan sistem atau saluran distribusi dari produsen ke konsumen. Sebagaimana menurut pengelola tahu azam barokah, bahwasanya sistem pemasaran usaha kami adalah sistem jemput, bukan sistem antar. Karena barang yang di antar itu murahan, sedangkan barang yang dijemput itu berkualitas. Oleh karena itu, sampai saat ini banyak konsumen yang membeli tahunya dengan datang langsung ke pabriknya. Maka hal tersebut termasuk saluran distribusi yang secara langsung dari produsen ke konsumen. Pengembangan produksi tahu di rumah produksi Tahu Azam Barokah sangat potensial untuk meningkatkan ekonomi masyarakat serta pendapatan keluarga dan rumah produksi tahu sendiri. Rumah produksi Tahu Azam Barokah juga mempunyai strategi dalam peningkatan ekonominya, yaitu dengan menjaga kepercayaan pelanggan atau konsumen dengan tetap mempertahankan kualitas dan kuantitas tahu. Selain itu dalam produksi tahu Azam ini, mereka sudah memproduksi berbagai macam tahu seperti tahu putih, tahu kuning, dan pizza tahu. Namun untuk saat ini produsen menghentikan proses pembuatan tahu kuning dan

pizza tahu untuk sementara waktu, hanya bila ada pemesan saja mereka mengolahnya karena hal itu membutuhkan waktu yang cukup lama serta membutuhkan tenaga ekstra dalam pembuatannya.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan ekonomi dunia semakin meningkat, inovasi-inovasi baru bermunculan tiada henti. Seluruh dunia saling bersaing menunjukkan eksistensinya, tidak mau kalah dan tertinggal satu sama lain. Mc Kinsey Global Institute dalam laporannya, memprediksikan bahwasanya Indonesia akan menjadi negara dengan sektor kekuatan ekonomi terbesar dunia ke7 pada tahun 2030¹. Hal ini, diperkuat oleh paritas daya jual beli yang ditambah dengan Indonesia merupakan negara anggota G-2019 negara dengan perekonomian terbesar dunia.²

Sumber daya alam yang memadai, dapat menjadi poin plus dalam meningkatkan tarif ekonomi Indonesia dalam kancan dunia. Indonesia yang sering kali dikenal dengan negeri paru-paru dunia, negeri kaya akan rempah-rempah, dan masih banyak lagi perumpamaan-perumpamaan yang disandarkan pada Indonesia, untuk menunjukkan betapa kayanya negeri ini. Bagaimana tidak, hal tersebut memang benar adanya, mengingat Indonesia merupakan negeri dengan hutan terbesar ketiga dunia, negeri dengan dua pertiga wilayahnya merupakan laut, sehingga dapat dikatakan menyimpan banyak sekali kekayaan dan ketersediaan ikan yang melimpah didalamnya.³ Hal ini tentunya dapat menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk maju didepan sektor perekonomian dunia, menjadi pemimpin pasar yang kekuatannya tidak lagi diragukan eksistensinya.

Ketersediaan sumber daya alam yang melimpah tersebut tentu saja tidak bisa diabaikan, disaat seluruh negeri berlomba-lomba untuk menjadi pemimpin pasar namun dengan bahan dan sumber daya alam yang kurang memadai. Berbanding terbalik dengan keadaan Indonesia yang sumber daya alamnya melimpah namun tidak bisa digunakan dan dikelola dengan baik ditambah ekonominya malah tertinggal jauh. Tentu saja hal tersebut patut dipertanyakan

dimana letak kesalahannya. Oleh karena itu, diperlukan berbagai macam usaha pengelolaan sumber daya alam sebagai bentuk pembangkitan eksistensi ekonomi Indonesia pada wajah dunia.

Salah satu bentuk pengembangan ekonomi disini ialah dengan adanya pengembangan Industri Kreatif, yang mana dalam industri kreatif ini dapat pula diartikan sebagai konsep ekonomi baru yang menekankan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia.⁴ Salah satu bentuk pengembangan ekonomi dengan manajemen Industri disini adalah dengan adanya UMKM. UMKM atau unit usaha yang memiliki kepanjangan Usaha Mikro Kecil Menengah, Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN)

¹ Sony Hendra Permana, *Strategi Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) DiIndonesia*, (Jakarta, Pusat penelitian badan keahlian DPR RI, 2017), 93.

² Sony Hendra Permana, *Strategi Peningkatan Usaha..*,93.

³ Sony Hendra Permana, *Strategi Peningkatan Usaha..*,94.

⁴ Ratna Wijayati, *Manajemen Industri Kreatif*, (lumajang; Widya Gama Press, 2021), 18.

mengatakan bahwasanya UMKM Merupakan sebuah pengimplementasian usaha dalam skala kecil, biasanya menggunakan teknologi Tradisional dan dikelola secara sederhana.⁵

Dalam dua kutipan tersebut dapat kita fahami bahwasanya UMKM merupakan sebuah unit usaha mandiri yang dilakukan seseorang dalam skala kecil, yang mana dalam pengimplementasian usaha tersebut selain masih menggunakan pengolahan sederhana dan alat-alat tradisional, karyawan yang dipekerjakan masih tergolong sedikit. *The organization For economic co-operation and development (OECD)* Mengatakan bahwasanya UMKM merupakan sebuah perusahaan yang mempekerjakan kurang dari 250 karyawan.⁶

Salah satu bentuk UMKM di Indonesia yang umum kita temukan diberbagai daerah ialah produksi atau industri tahu seperti contoh produksi Tahu Azam Barokah yang ada di desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso. Sebagai orang Indonesia, tentu saja kita tidak asing dengan makanan berbentuk balok dengan kedelai sebagai bahan dasar tersebut. Bagaimana tidak, tahu di Indonesia sudah seperti makanan pokok yang harus hadir dimeja makan sebagai lauk pauk untuk keluarga. Selain karena peminat tahu yang sangat banyak, nyatanya bahan-bahan dasar dari tahu itu sendiri relatif mudah dan dapat dijangkau, manfaat tahu dalam kacamata Kesehatan pun sangat banyak, salah satunya ialah mengandung kandungan gizi diantaranya ialah; protein, lemak, karbohidrat, vitamin B-kompleks dan masih banyak lagi.⁷

Sehingganya, tidak mengherankan jika nantinya produksi tahu disini mengalami peningkatan persaingan yang cukup signifikan.⁸ Oleh karenanya, diperlukan kajian-kajian dan penelitian-penelitian yang jeli untuk menelaah lebih jauh, bagaimana caranya meningkatkan kualitas produsen, baik dari segi barang maupun pelayanan dalam mengembangkan usahanya, atau bagaimana caranya meningkatkan pemasaran yang relevan dan berbagai penelitian-penelitian lainnya yang sekiranya berguna untuk meningkatkan usaha produsen tahu kedepannya.

A. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelolaan tahu yang baik dan benar pada Rumah Industri Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso?
2. Bagaimana pola pendistribusian Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso?
3. Bagaimanakah cara mengembangkan produksi Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso agar dapat meningkatkan taraf ekonomi?

⁵ Sony Hendra Permana, *Strategi Peningkatan Usaha*.,95.

⁶ Sony Hendra Permana, *Strategi Peningkatan Usaha*.,96.

⁷ Sumarmi, *Penigkatan Produksi Dan Konsumsi Tahu Serta Pelatihan Melola Ampas Tahu Di Mojosongo, Surakarta*, (Surakarta; Universitas Slamet Riyadi), h.175.

⁸ Sumarmi, *Penigkatan Produksi Dan Konsumsi Tahu Serta Pelatihan Melola Ampas Tahu Di Mojosongo, Surakarta*,.... h.174.

B. Tujuan Masalah

1. Mengetahui cara pengelolaan Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso.
2. Mengetahui tata kelola pendistribusian Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso.
3. Mengetahui cara perkembangan produksi Tahu Azam Barokah di Desa Bandilan Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso tentang peningkatan tarif ekonomi.

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Yang dimaksud penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁹ Peneliti mendeskripsikan objek dari suatu kegiatan yang terjadi di Rumah Produksi Tahu Azam Desa Bandilan, Kecamatan Prajekan, Kabupaten Bondowoso yang ditulis berdasarkan fakta yang ada di lapangan.

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan). *Field research* (penelitian lapangan) adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian atau suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif.¹⁰ Pada penelitian lapangan ini, peneliti memusatkan perhatian atau fokus pada satu kasus secara terperinci mengenai latar belakang terjadinya kasus tersebut dan dikaji dalam penelitian. Yaitu penelitian tentang manajemen industri tahu di Rumah Produksi Tahu Azam Desa Bandilan, Kecamatan Prajekan, Kabupaten Bondowoso. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin di teliti oleh peneliti. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹¹
2. Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti oleh peneliti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹² Sehingga

⁹ Moh. Kasiran. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), h.175.

¹⁰ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), h.96.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 80.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan,....*, hlm. 81

sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, dan untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik sampling purposive. Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹³ Sampel yang digunakan peneliti adalah produsen di rumah produksi Tahu Azam. Alasan peneliti menggunakan purposive sampling adalah metodenya yang mudah untuk dilaksanakan, , dan dapat menghemat waktu yang dibutuhkan.

C. Teknik Pengumpulan data

1. Pengamatan (observasi)

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati dan mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsung dan biasanya penelitian dapat sebagian partisipan atau observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek yang ditelitinya.¹⁴

Menurut Sugiyono, observasi diklasifikasikan menjadi:¹⁵

- a) Observasi partisipatif : Atinya metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan dimana observer atau peneliti benar-benar terlibat dalam keseharian responden.
- b) Observasi terus terang atau tersamar : Dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia akan melakukan penelitian. Sehingga mereka yang di teliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas si peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi. Hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau si peneliti menyatakan terus terang maka peneliti tidak akan di izinkan untuk melakukan penelitian.

- c) Observasi tak berstruktur :Artinya observasi yang dilakukan tanpa menggunakan guide observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengamatan (observasi) yang partisipatif. Artinya, peneliti mengamati secara langsung kejadian di lakukan oleh responden.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, ..., hlm.84

¹⁴ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Realitions & Komunikasi*, cet-5, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.221.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2010).

PEMBAHASAN

A. Proses Pengelolaan Tahu Azam Barokah

Sebagaimana yang diketahui, produksi merupakan suatu rangkaian kegiatan atau usaha yang dapat menghasilkan barang dan jasa. Dalam memproduksi suatu barang/jasa tentunya tidak semena-mena. Yang mana, produsen disini harus berkreaitivitas dalam memproduksi suatu barang agar dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan daya jual. Begitu pula dengan rumah produksi tahu azam barokah. Didalam proses pembuatannya benar-benar dilakukan dengan baik, bersih, bahan-bahan yang dibutuhkan sesuai dengan takaran. Hal tersebut guna menjaga nilai jual tahu yang tinggi agar tetap diminati orang banyak.

Faktor-faktor produksi menurut Al-ghazali, seperti tanah, tenaga kerja, modal dan manajemen produksi/orang yang menjalankannya.¹⁶ Faktor-faktor tersebut tidaklah jauh berbeda dengan rumah produksi tahu azam barokah. Di rumah produksi tahu azam barokah tentunya usaha tahu tersebut tidak akan berjalan tanpa adanya modal dan tidak akan berdiri tanpa adanya kemauan dari manajemen produksinya atau yang biasa disebut dengan owner tahu azam barokah. Bisa dipastikan, bahwa memproduksi suatu usaha apapun tidak akan terlepas dari 4 faktor tersebut. Seperti tanah, jika tidak ada tanah yang subur untuk ditanami kedelai. Maka sebuah makanan yang bernama tahu ini tidak akan pernah ada. Karena bahan dasar dalam proses pembuatan tahu adalah kedelai. Selain itu, tanpa adanya tenaga kerja usaha tahu di azam barokah tidak akan berjalan. Karena, jika tidak ada yang bekerja maka tidak akan menghasilkan sebuah tahu. Sekalipun bahan dan alatnya ada. Karena kekompakan tenaga kerja dalam suatu pekerjaan ini juga sangat dibutuhkan agar hasilnya maksimal.

Proses pembuatan tahu bukanlah suatu hal yang gampang dan sebentar. Akan tetapi, juga

ada beberapa rangkaian tahapan yang harus dilakukan dalam proses pembuatan tahu. Sebagaimana proses pembuatan tahu di rumah produksi azam barokah. Yaitu *pertama*, kedelai direndam selama kurang lebih dua setengah (2 ½) jam, setelah direndam kedelai diangkat dan disaring menggunakan air bersih untuk kemudian dilakukan proses penggilingan sampai kedelai benar-benar halus. Setelah melewati proses penggilingan, kedelai halus di didihkan menggunakan uap dari tungku. Setelah mendidih, kedelai halus disaring untuk diambil saripatinya dan dicampur dengan air cuka untuk menggumpalkan saripatinya. Ukuran air cuka yang dicampurkan dengan saripati biasanya sekitar satu canteng untuk satu papan tahu. Setelah diaduk dan menggumpal, barulah tahu dimasukkan kedalam papan cetakan dan di diamkan selama 10 menit. Proses yang *terakhir* yaitu pemotongan tahu, untuk ukuran potongan tahu biasanya akan si sesuaikan dengan pesanan konsumen. Untuk satu papan tahu bisa di potong

¹⁶ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah.h..* 118-121.

menjadi 72 bagian atau dengan ukuran agak besar sebanyak 36 potongan yang biasanya akan dijual dengan harga Rp. 1.000,- oleh konsumen.¹⁷

B. Pendistribusian Tahu Azam Barokah

Setelah melalui rangkaian produksi atau proses pembuatan produk. Langkah selanjutnya adalah pendistribusian atau pemasaran. Yaitu pemasaran produk yang dihasilkan dengan mempromosikan atau menjual produk tersebut. Hal tersebut untuk mendapatkan penghasilan dari sesuatu yang di produksi. Sama halnya dengan rumah produksi tahu azam barokah. Tanpa adanya proses pendistribusian, orang tidak akan tahu kalau ada pabrik tahu di Desa Bandilan dan usaha tahu tersebut akan mengalami penyusutan pendapatan, karena tidak adanya konsumen yang membeli.

Proses distribusi ini tidak serta-merta berjalan tanpa adanya tujuan yang jelas. Sebagaimana tujuan distribusi selain untuk memasarkan produk juga untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen, mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen, tercapainya pemerataan produksi, menjaga kontinuitas produksi, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, meningkatkan nilai guna barang dan jasa.¹⁸ Begitu juga di rumah produksi tahu azam barokah, tujuan-tujuan tersebut-lah yang melatarbelakangi usaha pemasaran produksi tahu tersebut.

Selanjutnya, proses pendistribusian ini tentunya melalui beberapa jalur agar produk bisa sampai ke tangan konsumen. Diantara saluran-saluran distribusi, yaitu: a.) Produsen – konsumen, b.) Produsen – pengecer – konsumen, c.) Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen, d.) Produsen – agen – pengecer – konsumen. Di dalam proses pendistribusian tahu azam barokah menggunakan sistem atau saluran distribusi dari produsen ke konsumen. Sebagaimana menurut owner tahu azam barokah, bahwasanya sistem pemasaran usaha kami adalah sistem jemput,

bukan sistem antar. Karena barang yang di antar itu murahan, sedangkan barang yang dijemput itu berkualitas.¹⁹ Oleh karena itu, sampai saat ini banyak konsumen yang membeli tahunya dengan datang ke langsung ke pabriknya. Maka hal tersebut termasuk saluran distribusi yang secara langsung dari produsen ke konsumen.

C. Pengembangan Tahu Azam Barokah Dalam Peningkatan Ekonomi

Kegiatan UMKM mempunyai peranan yang besar dalam peningkatan ekonomi nasional. Selain berperan dalam peningkatan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil produksi dan tidak dapat dihindarkan dari masyarakat

¹⁷ Wawancara Rifa'i, 16-01-2023 di Bandilan.

¹⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 20

¹⁹ Wawancara Rifa'i, 16-01-2023 di Bandilan.

Indonesia saat ini.²⁰ Karena hal ini berkaitan dengan kebutuhan pokok manusia untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka.

Salah satu UMKM di desa Bandilan, kecamatan Prajekan, kabupaten Bodowoso yaitu produksi Tahu Azam Barokah yang sudah beroperasi sejak 5 tahun lalu. Produksi tahu tersebut tentunya sangat bermanfaat bagi masyarakat desa Bandilan sendiri dan lingkungan sekitarnya. Bermanfaat bukan hanya karena produksi tahu saja, namun juga dengan adanya rumah produksi tahu tersebut bisa membuka peluang kerja bagi orang-orang yang pengangguran.

Dalam penelitian ini, kita bisa tahu bahwa dalam pengembangan produksi tahu di rumah produksi Tahu Azam Barokah sangat potensial untuk meningkatkan ekonomi masyarakat serta pendapatan keluarga dan rumah produksi tahu sendiri. Rumah produksi Tahu Azam Barokah juga mempunyai strategi dalam peningkatan ekonominya, yaitu dengan menjaga kepercayaan pelanggan atau konsumen dengan tetap mempertahankan kualitas dan kuantitas tahu.

Selain itu dalam produksi tahu Azam ini, mereka sudah memproduksi berbagai macam tahu seperti tahu putih, tahu kuning, dan pizza tahu. Namun untuk saat ini produsen menghentikan proses pembuatan tahu kuning dan pizza tahu untuk sementara waktu, hanya bila ada pemesan saja mereka mengolahnya karena hal itu membutuhkan waktu yang cukup lama serta membutuhkan tenaga ekstra dalam pembuatannya.

Untuk meningkatkan pendapatan ekonomi serta untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, produsen juga berniat untuk membuka cabang baru di desa Bercak, kecamatan Cermeo dan di desa Kalibagor, kabupaten Situbondo. Dengan adanya cabang produksi tahu Azam Barokah bisa meningkatkan pendapatan ekonomi rumah produksi sendiri, juga bisa membantu kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangannya yang cukup murah namun tidak murahan ini dan pastinya sangat bermanfaat.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang telah di uraikan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Proses Pengelolaan Tahu Azam Barokah

Sebagaimana yang diketahui, produksi merupakan suatu rangkaian kegiatan atau usaha yang dapat menghasilkan barang dan jasa. Dalam memproduksi suatu barang/jasa tentunya tidak semena-mena. Yang mana, produsen disini harus berkreaitivitas dalam memproduksi suatu barang agar dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan daya jual. Begitu pula dengan rumah produksi tahu azam barokah. Didalam proses pembuatannya benar-benar dilakukan

dengan baik, bersih, bahan-bahan yang dibutuhkan sesuai dengan takaran. Hal tersebut guna menjaga nilai jual tahu yang tinggi agar tetap diminati orang banyak.

²⁰ Siti Rohani, *Analisis Potensi UMKM Tahu Dan Tempe Terhadap Peningkatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam,...*,h. 8

Di rumah produksi tahu azam barokah tentunya usaha tahu tersebut tidak akan berjalan tanpa adanya modal dan tidak akan berdiri tanpa adanya kemauan dari manajemen produksinya atau yang biasa disebut dengan owner tahu azam barokah. Bisa dipastikan, bahwa memproduksi suatu usaha apapun tidak akan terlepas dari 4 faktor tersebut. Seperti tanah, jika tidak ada tanah yang subur untuk ditanami kedelai. Maka sebuah makanan yang bernama tahu ini tidak akan pernah ada. Karena bahan dasar dalam proses pembuatan tahu adalah kedelai. Selain itu, tanpa adanya tenaga kerja usaha tahu di azam barokah tidak akan berjalan. Karena, jika tidak ada yang bekerja maka tidak akan menghasilkan sebuah tahu. Sekalipun bahan dan alatnya ada. Karena kekompakan tenaga kerja dalam suatu pekerjaan ini juga sangat dibutuhkan agar hasilnya maksimal.

2. Pendistribusian Tahu Azam Barokah

Setelah melalui rangkaian produksi atau proses pembuatan produk. Langkah selanjutnya adalah pendistribusian atau pemasaran. Yaitu pemasaran produk yang dihasilkan dengan mempromosikan atau menjual produk tersebut. Hal tersebut untuk mendapatkan penghasilan dari sesuatu yang di produksi. Sama halnya dengan rumah produksi tahu azam barokah. Tanpa adanya proses pendistribusian, orang tidak akan tahu kalau ada pabrik tahu di Desa Bandilan dan usaha tahu tersebut akan mengalami penyusutan pendapatan, karena tidak adanya konsumen yang membeli.

Proses pendistribusian tentunya melalui beberapa jalur agar produk bisa sampai ke tangan konsumen. Diantara jalur-jalur distribusi yaitu: a.) Produsen – konsumen, b.) Produsen – pengecer – konsumen, c.) Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen, d.) Produsen – agen – pengecer – konsumen. Di dalam proses pendistribusian tahu azam barokah menggunakan sistem atau saluran distribusi dari produsen ke konsumen. Sebagaimana menurut owner tahu azam barokah, bahwasanya sistem pemasaran usaha kami adalah sistem jemput, bukan sistem

antar. Karena barang yang di antar itu murahan, sedangkan barang yang dijemput itu berkualitas. Oleh karena itu, sampai saat ini banyak konsumen yang membeli tahunya dengan datang ke langsung ke pabriknya. Maka hal tersebut termasuk saluran distribusi yang secara langsung dari produsen ke konsumen.

3. Pengembangan Tahu Azam Barokah Dalam Peningkatan Ekonomi

Kegiatan UMKM mempunyai peranan yang besar dalam peningkatan ekonomi nasional. Selain berperan dalam peningkatan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil produksi dan tidak dapat dihindarkan dari masyarakat Indonesia saat ini. Karena hal ini berkaitan dengan kebutuhan pokok manusia untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka.

Rumah produksi Tahu Azam Barokah juga mempunyai strategi dalam peningkatan ekonominya, yaitu dengan menjaga kepercayaan pelanggan atau konsumen dengan tetap

mempertahankan kualitas dan kuantitas tahu. Selain itu dalam produksi tahu Azam ini, mereka sudah memproduksi berbagai macam tahu seperti tahu putih, tahu kuning, dan pizza tahu. Namun untuk saat ini produsen menghentikan proses pembuatan tahu kuning dan pizza tahu untuk sementara waktu, hanya bila ada pemesan saja mereka mengolahnya karena hal itu membutuhkan waktu yang cukup lama serta membutuhkan tenaga ekstra dalam pembuatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Dessy. 2001. *Kamus Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Abitama. cet. Ke-1.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fathoni, Abdurrahmat. 2006. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Gesi, Burhanuddin. dkk. 2019. *Manajemen Dan Eksekutif*. Kupang: Jurnal Manajemen.
- Harman, Sentot. 2010. “Fungsi Pengawasan dalam Penyelenggaraan Manajemen Korporasi”.
Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 2, No 1.
- Karim, Adiwarmen A. 2008. *Ekonomi Makro Islami*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasiran, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, Ed. 12., Terj. Benjamin Molan. Jakarta: Prenhallindo.
- Muslim, Ahmad. *Peranan Konsumsi Dalam Perekonomian Indonesia Dan Kaitannya Dengan Ekonomi Islam*, Universitas Al-Azhar Indonesia. Jakarta: Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial vol.1 no. 2. 211.
- Permana, Sony Hendra. 2017. *Strategi Peningkatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia*. Jakarta: Pusat penelitian badan keahlian DPR RI.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2008. *Ekonomi Islam* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada..
- Ridwan, Muhammad. 2016. *Produksi Pada Industri Tahu Tempe Di Desa Langgea Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan*. Kendari: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

IAIN Kendari.

Riyadi, Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif*

Maqashid al-Syariah. Jakarta: KENCANA PRENADAMEDIA GROUP.

Rohani, Siti. 2018. *Analisis Potensi UMKM Tahu Dan Tempe Terhadap Peningkatan Keluarga*

Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.

Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian: Public Realitions & Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja

Grafindo Persada.

Soeharno. 2007. *Teori Mikroekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Sugiarto dkk. 2002. *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka

Utama.

Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sumarmi. Tt. *Penigkatan Produksi Dan Konsumsi Tahu Serta Pelatihan Melola Ampas Tahu Di*

Mojosongo. Surakarta: Universitas Slamet Riyadi.

Suprayitno, Eko. 2008. *Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: UIN Malang Press.

Terry, George R. 2006. *Asas-Asas Manajemen*, Cet ke-5,. Bandung: PT. Alumni.

Wijayati, Ratna. 2012. *Manajemen Industri Kreatif*. Lumajang: Widya Gama Press.