

FAKTOR – FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN USAHA MINUMAN TRADISIONAL

DETERMINANTS OF TRADITIONAL BEVERAGE BUSINESS SUCCESS

Della Adriani^{1*} dan Lucyana Trimo²

^{1*}Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran
Adrianidella8@gmail.com

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran
lucy.trimo@gmail.com

*Penulis korespondensi: adrianidella8@gmail.com

ABSTRACT

Traditional beverages are beverages that are formulated using natural ingredients and originating from regions that have traditional raw materials. Traditional beverage 'bandrek' is one of the drinks originating from West Java. At recent days, many companies have established food and beverage processing industries. One of them is CV. X, a company that established an instant beverage processing industry. Sales of traditional beverages CV. X are increasing every year, the average increases up to 5-8%. Tradition beverage bandrek contribute the most to sales results because they have the highest selling power of 263,217 packs in 2017. The success of the company in maintaining and improving its business can be seen from its increasing sales. The purpose of this study is to find out the description of the business performance of CV. X, identification the success factors of the company and the solutions in maintaining the sustainability of existing businesses. This study uses a qualitative design with a case study method. Data analysis was performed with descriptive data analysis technique and using business analysis tools. The results of the study showed that the business performance of CV. X includes production facilities, production and marketing processes. Then the internal factors that exist in the company consist of organizations, service quality and experience. Whereas external factors consist of the workplace environment and business network with outside parties. Solutions for the development of the company are following the development of emerging market trends, expanding market networks and conducting promotions.

Keywords: *agroindustry, bandrek, success factor, traditional beverages.*

ABSTRAK

Minuman tradisional adalah minuman yang diracik menggunakan bahan – bahan yang alami dan berasal dari daerah yang memiliki bahan baku tradisional. Minuman tradisional bandrek salah satu minuman yang berasal dari Jawa Barat. Pada zaman sekarang, banyak perusahaan yang mendirikan industri pengolahan makanan dan minuman. Salah satunya CV. X, perusahaan yang mendirikan industri pengolahan minuman instan serbuk siap saji. Penjualan minuman tradisional CV. X meningkat setiap tahunnya, yaitu berkisar antara 5–8%. Minuman tradisional

bandrek paling banyak memberikan kontribusi terhadap hasil penjualan CV. X, karena memiliki daya jual yang paling tinggi sebanyak 263.217 *pack* pada tahun 2017. Keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan usaha dapat dilihat dari penjualannya yang terus meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah teridentifikasinya faktor – faktor penyebab keberhasilan perusahaan dan terbentuknya solusi dalam mempertahankan keberlanjutan usaha yang ada. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan metode studi kasus. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis data deskriptif dan menggunakan alat analisis usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal yang ada pada perusahaan terdiri dari organisasi, kualitas pelayanan dan pengalaman. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari lingkungan tempat bekerja dan jaringan bisnis dengan pihak luar. Solusi untuk perkembangan perusahaan anatara lain mengikuti perkembangan trend pasar yang sedang berkembang, memperluas jaringan pasar dan melakukan promosi.

Kata kunci: agroindustri, bandrek, faktor keberhasilan, minuman tradisional

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mempunyai berbagai rasa rempah - rempah. Rempah – rempah yang sangat banyak khasiatnya membuat masyarakat Indonesia percaya jika dapat menyembuhkan berbagai penyakit dan mempunyai berbagai jenis di Indonesia. Berbagai macam rempah – rempah yang ada di Indonesia beberapa diantaranya sudah digunakan sebagai obat, penyedap makanan dan minuman tradisional, rempah - rempah tersebut yaitu jahe, cengkeh, serai, asam jawa, lengkuas dan sebagainya. Minuman tradisional adalah minuman yang diracik menggunakan bahan -bahan yang alami dan berasal dari daerah yang memiliki bahan baku tradisional (Sianturi & Kusno, 2016). Sebagai contoh adalah minuman bandrek, yaitu minuman tradisional yang berasal dari rempah – rempah yang dapat membuat tubuh menjadi lebih hangat dari cuaca yang dingin seperti pada saat musim hujan. Minuman ini salah satu minuman tradisional yang berasal dari Jawa Barat.

Salah satu pelaku perusahaan industri pengolahan minuman di Jawa Barat berada di daerah Kota Cimahi. Perusahaan tersebut yaitu CV.X, yang bergerak dalam memproduksi olahan minuman tradisional instan bandrek. CV. X berdiri pada tahun 1992, awal bergerak perusahaan ini memulai usaha dibidang industri manufaktur yang mampu menghasilkan alat, mesin produksi tenaga air dan mesin pupuk. Lalu, seiring perkembangan zaman perusahaan ini mengembangkan dan memperluas usahanya yaitu membuat produk minuman tradisional dengan memanfaatkan mesin turbin yang dibuat agar lebih bernilai dan bermanfaat. Produk pertama yang dibuat perusahaan ini adalah minuman bandrek dan bajigur. Namun seiring berjalannya waktu, perusahaan CV. X berinovasi dengan menciptakan dan mengembangkan banyak varian dari minuman tradisional bandrek. Selain minuman tradisional bandrek, perusahaan ini juga memproduksi berbagai varian lainnya, yaitu bajigur, teh bandrek, kopi bajigur, kopi bandrek, bandrek special, coklat bandrek, seketeng dan beas cikur. Namun, yang paling banyak peminatnya yaitu minuman bandrek.

Tabel 1. Data Penjualan Minuman Tradisional CV. X tahun 2013-2017 (*Pack*)

No	Produk	Tahun				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Bandrek	188.214	203.271	219.532	239.289	263.217
2	Bandrek Spesial	135.514	146.355	158.063	172.288	187.793

3	Coklat Bandrek	127.985	138.223	150.663	164.222	180.644
4	Bajigur	120.457	137.653	148.665	162.044	178.248
5	Sekoteng	75.286	79.050	83.793	88.820	95.038
7	Kopi Bandrek	30.114	31.619	33.516	35.862	38.372
8	Kopi Bajigur	22.585	23.714	25.136	26.644	28.509
9	Beas Cikur	22.585	23.714	24.899	26.393	28.240
TOTAL		760.382	823.124	886.163	959.971	1.047.578

Sumber: CV. X (2018)

Berdasarkan Tabel diatas, jumlah penjualan produksi dari CV. X dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini membuktikan bahwa permintaan pasar kepada perusahaan ini terus meningkat. Pada Tabel tersebut terdapat 11 produk yang diproduksi oleh CV. X dan semuanya menunjukkan hasil yang positif. Dari sembilan produk minuman yang di produksi perusahaan ini, yang paling banyak memberikan kontribusi terhadap hasil penjualan perusahaan ini adalah minuman bandrek karena memiliki daya jual paling tinggi sebanyak 263.217 *pack* dilihat pada tahun 2017.

Dari hasil data penjualan CV. X pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa perusahaan ini berhasil dalam kegiatan usahanya karena permintaan pasar yang terus meningkat setiap tahunnya. Keberhasilan perusahaan ini didapat dari salah satu penjualan yang begitu besar, dengan tujuan dan sasaran yang jelas.

Pemilihan CV. X sebagai tempat penelitian karena keberhasilannya dalam mempertahankan usaha dan meningkatkan produksi di bidang industri minuman tradisional. CV.X berhasil meningkatkan jumlah produksi setiap tahunnya. Selain itu juga, CV.X selalu berinovasi dalam mengembangkan produknya agar konsumen tidak bosan dengan produk yang mereka tawarkan. CV.X dinobatkan oleh Pemerintah Kota Cimahi sebagai IKM percontohan. Dibalik keberhasilannya CV.X, terdapat beberapa faktor penentu keberhasilan pada perusahaan ini.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah faktor - faktor yang menentukan keberhasilan usaha minuman tradisional. Desain penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah desain kualitatif. Menurut (Moloeng, 2015), penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan dengan jenis pendekatan pada penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan CV. X yang berlokasi di Jalan Cihanjuang Rahayu No. 204, Cibabat, Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat. Pada metode studi kasus ini diperlukan banyak informasi guna mendapatkan bahan-bahan yang meluas. Peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan pengumpulan data berdasarkan waktu yang ditentukan Informan yang dipilih dalam memberikan informasi adalah Humas CV.X, Kepala Divisi Produksi, Kepala Divisi Gudang, Kepala Divisi Bahan Baku, Agen dan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor – Faktor Penentu Keberhasilan Perusahaan

Faktor penentu keberhasilan perusahaan CV. X yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan, yang terdiri dari organisasi,

kualitas pelayanan dan pengalaman. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar perusahaan, yang dapat mempengaruhi keadaan setiap aktivitas perusahaan. Faktor eksternal yang ada di dalam perusahaan terdiri dari lingkungan tempat bekerja dan jaringan bisnis dengan pihak luar.

1) Organisasi

Organisasi perusahaan ialah sekelompok orang yang bekerja, melakukan kegiatan kerjasama satu sama lain dan kegiatan yang saling berhubungan. Organisasi yang ada di dalam CV. X memiliki moto yang menjunjung tinggi kekeluargaan. Sebelum karyawan yang akan diterima oleh CV. X, karyawan tersebut sudah dilakukan uji coba (*training*) selama tiga bulan dan mendapatkan pelatihan masing – masing setiap bidang yang ada di CV. X agar setiap karyawan dapat mengerti kegiatan yang akan mereka kerjakan nantinya. Setiap karyawan disini memiliki tanggung jawabnya masing – masing.

*“Karyawan disini diharapkan dapat mengerti semua kegiatan yang ada di perusahaan, namun semua karyawan yang bekerja disini harus dapat lebih memahami tugas nya masing – masing.”*¹

Pelatihan yang diberikan oleh perusahaan pada setiap karyawan seperti tata cara kerja yang harus dilakukan di perusahaan dan deskripsi masing – masing kegiatan kerja. Perusahaan mengharapkan semua karyawannya mampu mengerjakan setiap kegiatan yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Tata cara kerja yang ada di CV. X sesuai dengan peraturan pada umumnya. Tata cara yang ada di CV. X yaitu harus berkata sopan kepada semua karyawan, tidak makan dan minum saat sedang bekerja, memakai seragam yang sudah ditentukan oleh perusahaan, memakai celemek dan masker agar terhindar dari debu, kotoran dan bakteri, memakai pelindung rambut agar tidak ada rambut yang jatuh ke dalam produk seperti memakai topi atau kerudung yang sesuai, memakai alas kaki khusus untuk di dalam ruangan proses produksi, mencuci tangan sebelum dan sesudah proses produksi, membersihkan alat dan mesin menggunakan air bersih dan sabun setelah selesai digunakan setiap harinya agar tidak ada bahan baku yang menempel atau tersisa dan membersihkan lingkungan kerja setiap hari dengan cara menyapu dan mengepel ruangan setelah proses produksi selesai dilakukan.

Karyawan berperan penting dalam menunjang keberhasilan suatu perusahaan. Karyawan yang baik dan tekun ialah karyawan yang mempunyai rasa tanggung jawab terhadap tugasnya masing – masing dan mengikuti tata cara kerja yang ada di perusahaan. Karyawan harus mengetahui deskripsi atau kegiatan apa saja yang akan mereka lakukan, dengan begitu karyawan akan membantu berjalannya proses produksi dan tidak akan menghambat kegiatan – kegiatan perusahaan. Karyawan yang semangat dan tekun dalam pekerjaannya akan dapat menghasilkan produk yang lebih banyak lagi.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan kepada konsumen dan mitra dalam menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan maka perusahaan akan mendapatkan kepuasan, harapan dan kepercayaan pada konsumen dan mitra. Jika karyawan dan staff – staff CV. X memiliki kualitas yang baik maka akan menjadikan perusahaan sebagai lingkungan yang baik juga. Sikap pelayanan kepada konsumen dan mitra yang harus ditekuni oleh karyawan CV. X yaitu sikap yang ramah, responsive, sopan, baik, jujur dan menjelaskan produk secara detil. CV. X melatih karyawannya agar mempunyai sikap yang

¹Hasil wawancara dengan Y pada tanggal 16 Maret 2019

baik dalam menghadapi konsumen. Jika kualitas pelayanan perusahaannya baik dimata konsumen, maka konsumen juga akan terus berfikir kembali untuk membeli produk CV. X.

“Pelayanan yang diterapkan disini diwajibkan dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen, sehingga konsumen akan berfikir bahwa pelayanan yang ada di sini baik dan mereka akan membeli lagi kesini untuk membeli produknya.”²

CV. X juga menerima kunjungan pembelajaran dari para pelajar atau mahasiswa. Kegiatan yang dilakukan para pelajar atau mahasiswa yaitu ingin melihat proses produksi minuman tradisional yang ada disini, melihat bahan baku yang digunakan oleh CV. X, kegiatan pengemasan yang dilakukan oleh para karyawan dan ingin mencoba berbagai varian rasa yang ada di CV. X. Sebagian mahasiswa yang datang ke perusahaan yaitu ingin melakukan penelitian kepada perusahaan. Pelayanan yang diberikan kepada para pelajar dan mahasiswa sangat baik dan terbuka. Semua pertanyaan yang ditanyakan oleh para pelajar atau mahasiswa pun dijawab dengan baik dan tenang. Para karyawan pun sesekali mengajak para pelajar atau mahasiswa berbincang. Dengan begitu, pelayanan yang dilakukan dapat terkesan baik dimata para pelajar dan mahasiswa.

3) Pengalaman

Pengalaman merupakan sesuatu yang pernah dialami, dijalani dan dirasakan oleh panca indera yang tersimpan dalam memori. Pengalaman diperoleh saat peristiwa itu baru saja terjadi ataupun sudah lama berlangsung (Notoatmodjo, 2010). Setiap orang mempunyai pengalaman yang dapat memberi kita pedoman serta pembelajaran. Salah satunya pengalaman pendiri CV. X. Sebelum memulai usaha minuman tradisional ini, pendiri perusahaan mempunyai usaha yang bergerak dibidang industri manufaktur yang mampu menghasilkan pembuatan alat-alat teknik seperti mesin produksi tenaga air, mesin pencetak tablet, mesin pencampur, mesin pengering, dan alat-alat teknologi tepat guna lainnya. Seiring berjalannya waktu, pendiri dan karyawan lainnya ingin memulai memanfaatkan mesin turbin agar lebih bernilai dengan merintis usaha pengolahan makanan. Perusahaan melakukan proyek uji coba, proyek tersebut yaitu membuat olahan makanan ringan, seperti membuat keripik pisang, keripik singkong, kacang panggang, permen dan chiki.

Perusahaan melakukan uji coba tersebut pada tahun 2000 hingga 2004, namun ternyata produk olahan makanan tersebut kurang diminati oleh masyarakat. Kurangnya peminat masyarakat terhadap produk makanan olahan CV. X karena perusahaan belum ahli di bidang olahan makanan, banyaknya pesaing di daerah sekitar perusahaan, harga yang belum sesuai dengan produk, produk yang dibuat kurang menarik perhatian masyarakat, rasanya yang kurang enak dan harganya yang termasuk mahal dibanding produk yang lain. Adanya pengalaman membuat produk olahan tersebut, pendiri dan karyawan lainnya tidak berhenti sampai disitu. Pendiri dan karyawan terus bekerja keras, memiliki semangat yang tinggi, tidak mudah menyerah dalam menghadapi kegagalan dan menciptakan hal – hal baru, seperti melakukan inovasi agar dapat lebih bernilai dan menguntungkan. Setelah itu pendiri dan karyawannya beralih ke produk olahan minuman. Pendiri tersebut menciptakan minuman yang pertama yaitu kopi bandrek, dengan sangat yakin pendiri terus melanjutkan inovasinya hingga sekarang.

Mendapatkan pengalaman dalam memproduksi olahan makanan ringan, membuat perusahaan terus berinovasi dalam mengembangkan pada setiap produknya. Karena dengan adanya pengalaman, dapat melihat lebih banyak jalan untuk membuka suatu usaha selanjutnya. Hingga saat ini, CV. X sudah berinovasi mengembangkan produk olahan minuman tradisional

²op.cit

sebanyak 14 varian rasa. Dengan begitu, pengalaman yang dialami oleh pendirinya dalam mengelola usaha dan inovasi yang terus menerus memberi pengaruh keberhasilan pada usahanya tersebut.

Setiap karyawan yang bekerja di CV.X diberikan uji coba (*training*) atau pengalaman selama tiga bulan. Dalam masa uji coba tersebut, perusahaan dapat melihat karyawan yang ingin bekerja apakah ada pengalaman yang mereka punya atau tidak. Sebelum karyawan tersebut diterima oleh perusahaan, karyawan – karyawan tersebut di wawancarai terlebih dahulu, dalam hal ini perusahaan sangat selektif memilih karyawan. Kriteria utama perusahaan yaitu mempunyai pengalaman bekerja minimal satu tahun, karena perusahaan tidak ingin mempunyai karyawan yang tidak memiliki pengalaman atau kemampuan dalam bekerja. Pengalaman sangat penting dalam keberlanjutan usaha, mempunyai pengalaman dapat menyukkseskan perusahaan, sebagai pedoman setiap karyawan dan mempermudah dalam pekerjaannya. Pengalaman yang dimiliki setiap orang dapat memberikan manfaat untuk kedepannya.

Pengalaman yang pendiri miliki dapat memberikan dampak besar bagi perusahaannya, karena pendiri tersebut dapat melatih lebih keras dalam industry pengolahan makanan dan minuman, dapat mengembangkan keahliannya dalam mengetahui trend zaman yang sedang terjadi, mempelajari lebih banyak lagi tentang bagaimana memasarkan suatu produk dengan baik dan benar, dapat mempelajari lebih dalam untuk kemasan produk agar nilainya lebih menjual dan menarik dimata masyarakat lalu dapat menguasai harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Faktor – Faktor Eksternal

1) Lingkungan Tempat Bekerja

Lingkungan tempat bekerja yang ada di CV. X yaitu dengan karyawan dan masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. Lingkungan yang dibangun oleh karyawan di dalam perusahaan dibangun agar kegiatan yang dilakukan di perusahaan berjalan dengan baik dan juga meningkatkan semangat kerja yang dilakukan dengan sifat kekeluargaan. Karyawan yang berada di perusahaan saling membantu, saling memberikan dukungan satu sama lain, saling mengingatkan agar mentaati peraturan perusahaan dan kooperatif.

Lingkungan yang dibangun perusahaan dengan masyarakat sekitar dapat dikatakan cukup baik, karena lokasi perusahaan yang tertutup dan tidak menyebabkan kebisingan sehingga tidak membuat masyarakat sekitar merasa terganggu. CV. X menerapkan sistem kekeluargaan untuk penerimaan karyawan baru, perusahaan mementingkan keluarga karyawan lama dan masyarakat sekitar jika sedang membutuhkan tenaga kerja baru. Perusahaan tidak ingin banyak pengangguran yang terjadi di sekitar Kota Cimahi, sehingga perusahaan mementingkan tenaga kerja yang berada di sekitar perusahaan.

Untuk penanganan limbah yang dihasilkan CV. X sudah diatur dengan baik agar tidak menyebabkan gangguan terhadap masyarakat sekitar. Penanganan limbah yang dilakukan di sekitar pabrik dilakukan setiap hari sebelum memulai pekerjaan dan sesudah selesai pekerjaan. Penanganan limbah cair yaitu yang dihasilkan dari pencucian untuk kebersihan lingkungan kerja, peralatan, alat dan mesin. Penanganannya dilakukan dengan mengalirkan air kotor ke dalam saluran pembuangan air. Untuk limbah padat dihasilkan dari sisa – sisa pecahan gula yang berserakan dan hasil rempah – rempah yang tercecer dilakukan penanganannya yaitu dengan menggunakan penyedot debu dan dibuang ketempat sampah yang sudah disediakan. Sedangkan untuk sampah – sampah bekas plastik dan dus dibuang ke tempat sampah atau diberikan kepada pengepul untuk di daur ulang kembali.

2) Jaringan bisnis dengan pihak luar

Jaringan atau hubungan yang baik yaitu yang mampu berkomunikasi dengan baik. Jaringan bisnis CV. X dengan pihak luar yaitu dengan agen dan pemerintah setempat. Agen – agen yang sudah bekerjasama dengan perusahaan yaitu agen yang sudah bermitra baik sehingga agen tersebut sudah bertahun – tahun menjalin kerjasama dengan perusahaan. Salah satu agen yang sudah lama bekerjasama dengan CV. X yaitu ritel modern Borma. Supermarket Borma yang berada di daerah Bandung ini sudah lama menjalin kerjasama dengan CV. X, sejak tahun 2012. Borma sudah menjadi agen setia CV. X hingga sekarang. Selain Borma, ada juga toko oleh – oleh yang sudah lama bekerjasama dengan CV. X yaitu Cihanjuang Mandiri yang berada di daerah Cimahi. Cihanjuang Mandiri ini sudah menjalin kerjasama sejak tahun 2014. Lalu CV. X juga baru menjalin kerjasama dengan supermarket Transmart yang baru dimulai sejak bulan November 2018. Perusahaan berharap, dengan terus menambah nya agen – agen dapat menambah penjualan dan produksi CV. X lalu lebih dikenal lebih luas lagi.

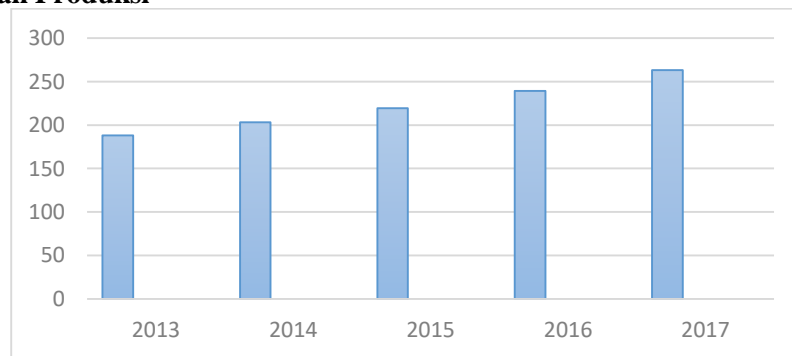
Adanya jaringan bisnis dengan pihak luar yang baik dan harmonis, perusahaan mendapatkan keuntungan dalam keberhasilan penjualannya, karena dapat terus terjual dan di promosikannya produk CV. X oleh agen – agen tersebut. Salah satu faktor keberhasilan yang paling berpengaruh yang didapat perusahaan yaitu penjualan yang dilakukan melalui agen – agen.

Jaringan bisnis dengan pemerintah terbilang cukup baik, karena sejak awal berdirinya perusahaan sudah ada kontribusi dari pemerintah setempat. Karena CV. X salah satu binaan pemerintah Kota Cimahi dan Provinsi Jawa Barat. Pemerintah juga sudah memberikan bantuan berupa promosi produk CV. X dengan membawa produk tersebut dalam mengikuti bazar – bazar yang dilakukan pemerintah sejak tahun 2005 hingga 2012.

Dari awal perizinan, pelatihan dan promosi pemerintah ikut berpartisipasi dalam keberhasilan yang di dapat perusahaan. Jaringan bisnis dengan pemerintah masih terjalin hingga saat ini. Perizinan yang dibuat oleh perusahaan sangat terbantu oleh pemerintah. Perusahaan masih mendapat undangan pelatihan yang diadakan Dinas Koperasi dan Pemberdayaan. Jika ada undangan pelatihan ke CV. X, perusahaan mengirimkan minimal satu orang untuk mengikuti pelatihan tersebut, perwakilannya antara lain kepala produksi atau manajer. Pelatihan – pelatihan yang diadakan oleh pemerintah antara lain pelatihan tentang Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), pelatihan Operasi dan Pemasaran, Ekspor dan Impor, Pajak Usaha, pelatihan Pengendalian Mutu (*Quality Control*) dan pelatihan untuk mendapatkan sertifikasi halal. Pelatihan yang dilaksanakan yaitu enam bulan sekali. Baru – baru ini CV. X mendapatkan pelatihan oleh dinas kesehatan mengenai kebersihan lingkungan tempat bekerja, dinas kesehatan datang langsung ke CV. X untuk memberikan pelatihan kepada karyawan di perusahaan.

Indikator Keberhasilan CV. X

1. Jumlah Produksi



Gambar 1. Data Produksi Minuman Tradisional Bandrek

Sumber: CV. X (2019)

Gambar diatas menunjukkan bahwa grafik produksi minuman tradisional bandrek yang diproduksi oleh CV. X selama kurun waktu lima tahun terakhir dari tahun 2013 sampai 2017 terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan produksi minuman tradisional bandrek dapat meningkat karena permintaan dari konsumen atau agen yang meningkat. Pesatnya permintaan produk minuman tradisional bandrek tersebut membuat produksi dilakukan terus menerus. Jumlah produksi yang dilakukan oleh CV. X terbanyak yaitu di tahun 2017 sebanyak 263.217/pack. CV. X mengalami peningkatan terus menerus karena minuman tradisional bandrek mempunyai rasa yang khas dan nikmat sehingga konsumen menyukai minuman tradisional bandrek yang di produksi oleh CV.X. Dengan meningkatnya jumlah produksi minuman tradisional bandrek dapat memberikan pengaruh terhadap keberhasilan perusahaan.

2. Penerimaan Usaha

Penerimaan usaha yaitu hasil perkalian dari harga produk dan jumlah produksi. Harga pada minuman tradisional bandrek yaitu Rp. 59.000/Pack. Sedangkan jumlah produksi pada tahun 2017 sebanyak 263.217 pack.

Untuk mendapatkan hasil penerimaan suatu usaha, maka menggunakan rumus:

$$\text{TR} = \text{P.Q}$$

$$\begin{aligned} \text{TR} &= \text{Harga produk} \times \text{Jumlah produk} \\ &= \text{Rp. } 59.000 \times 263.217 \\ &= \text{Rp. } 15.529.803.000 \end{aligned}$$

Jadi, penerimaan usaha yang diperoleh oleh CV. X sebesar Rp. 15.529.803.000.

“Biaya pokok per pcs minuman tradisonal bandrek sebesar Rp. 800, dalam satu pack berisi 40 *sachet* minuman tradisional bandrek sehingga biaya pokok per pack yaitu sebesar Rp. 32.000.”³

Untuk mencari efisiensi usaha, dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

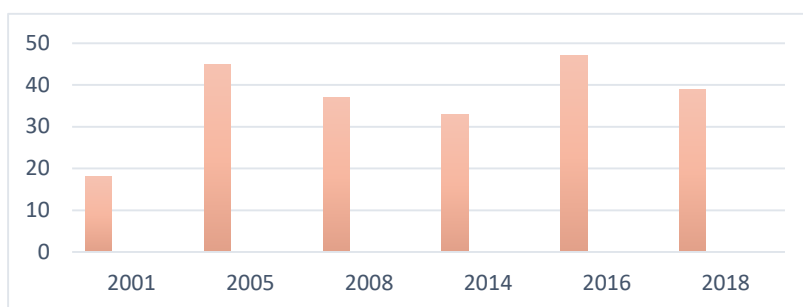
$$\begin{aligned} R/C &= \frac{TR}{TC} = \frac{\text{Rp.}15.529.803.000}{\text{Rp.}32.000 \times 263.217} \\ &= \frac{\text{Rp. } 15.529.803.000}{\text{Rp. } 8.442.944.000} \\ &= 1,84 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh R/C sebesar 1,84. Artinya setiap pengeluaran biaya sebesar Rp. 1.000.000 maka perusahaan akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp. 1.840.000. Sehingga perusahaan memperoleh keuntungan sebesar Rp. 840.000. Dengan demikian usaha CV.X menguntungkan untuk diusahakan.

3. Tenaga Kerja

Berikut data jumlah tenaga kerja yang ada di CV. X:

³Hasil wawancara dengan Staff Humas pada tanggal 4 April 2019



Gambar 2. Jumlah Tenaga Kerja CV. X

Sumber: CV.X (2019)

Tenaga kerja merupakan faktor yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan produksi. Tenaga kerja berperan sangat penting dalam kegiatan yang dilakukan di perusahaan karena dengan adanya tenaga kerja, perusahaan dapat meningkatkan jumlah produksi perusahaan. Jumlah tenaga kerja yang ada di CV. X mengalami fluktuatif, dapat di lihat pada gambar grafik diatas, bahwa jumlah tenaga kerja paling banyak berada pada tahun 2016 yaitu 47 orang.

Pada tahun 2001 hingga 2004, perusahaan hanya memiliki 18 karyawan karena masih melakukan uji coba pada produknya, setelah perusahaan menemukan ide untuk penjualannya, perusahaan mencari dan menambahkan karyawannya hingga 46 orang pada tahun 2005 karena pada saat itu perusahaan sudah mulai dikenal oleh masyarakat sekitar. Lalu pada tahun 2008 hingga 2018 tenaga kerja yang ada di perusahaan cukup stabil dan mengalami fluktuatif. Hingga akhirnya pada saat ini jumlah tenaga kerja yang berada di CV. X berjumlah 39 orang, terdiri dari 13 laki – laki dan 26 perempuan.

4. Aset perusahaan

Aset perusahaan yaitu aset yang dimiliki oleh perusahaan dan tidak boleh diperjual belikan. Aset yang dimiliki oleh CV. X antara lain alat dan mesin, kendaraan, tanah dan bangunan.

a. Alat dan Mesin

Alat dan mesin yang dimiliki oleh perusahaan saat ini berjumlah 37 unit, alat dan mesin tersebut yaitu *mollen washer, steamer, slicer, dryer, roaster, grinder, rotatory drum screen, mixer tank, form seal* dan mesin pencetak kode dan *expired date*.

Pada awal berdirinya perusahaan, alat dan mesin tersebut hanya berjumlah satu atau dua unit saja. Karena permintaan yang terus meningkat, maka alat dan mesin pun mulai bertambah. Salah satunya mesin pengemasan atau *Form seal* pada awal perusahaan didirikan hanya ada dua unit saja, namun seiring berjalannya waktu, perusahaan mulai menambahkan mesin tersebut sehingga saat ini sudah berjumlah 15 unit. Perusahaan membuat kembali mesin – mesin yang dibutuhkan untuk pembuatan proses produksi. Saat ini yang berada di perusahaan dan masih digunakan yaitu:

Tabel 2. Jumlah Alat dan Mesin CV. X

No	Nama	Jumlah (Unit)
1	<i>Mollen washer</i> / Mesin Pencuci	2
2	<i>Steamer</i> / Pengukus	2
3	<i>Slicer</i> / Pengiris	4
4	<i>Dryer</i> / Pengering	5
5	<i>Roaster</i> / Sangrai	2
6	<i>Grinder</i> / Penggilingan	2
7	<i>Rotatory Drum Screen</i> / Pengayakan	1
8	<i>Mixer Tank</i> / Pengaduk	2
9	<i>Form Seal</i> / Pengemasan	15
10	Mesin Pencetak Kode dan Tanggal Kadaluausa	2
TOTAL		37

Sumber: CV. X (2019)

b. Kendaraan

Kendaraan yang dimiliki oleh CV.X pada tahun 2001 hanya mempunyai satu motor. Seiring dengan berjalannya waktu pada tahun 2005 perusahaan membeli satu mobil yaitu mobil *pick up* untuk mulai mengantar pesanan – pesanan kepada konsumen atau agen. Pada tahun 2007 sampai dengan tahun 2015 kendaraan yang digunakan bertambah menjadi lima unit mobil yaitu satu mobil *pick up* dan empat mobil box. Namun pada tahun 2016 hingga saat ini mobil yang dimiliki oleh perusahaan ini berkurang menjadi tiga mobil saja yaitu satu mobil *pick up* dan dua mobil box, tetapi untuk kendaraan motor bertambah menjadi empat unit. Mobil yang berada di CV. X digunakan untuk mengantarkan produk kepada agen – agen dan membeli bahan baku ke daerah terdekat. Sedangkan motor digunakan untuk pengiriman jarak dekat dan digunakan untuk hal yang mendesak.

c. Tanah

Pada awal berdirinya perusahaan minuman tradisional ini hanya memiliki satu ruangan saja yaitu seluas 50 m². Ruangan tersebut digunakan untuk proses produksi, bahan baku, meracik dan pengemasan. Lalu CV. X mulai memperbanyak produksi sehingga pada tahun 2002, perusahaan membeli tanah yang berada di sebelahnya seluas 400m². Pada tahun 2007, perusahaan mulai memperbesar dengan membeli gedung yang berada di sebelah perusahaan seluas 420 m². Hingga saat ini CV. X berdiri diatas tanah seluas 820 m².

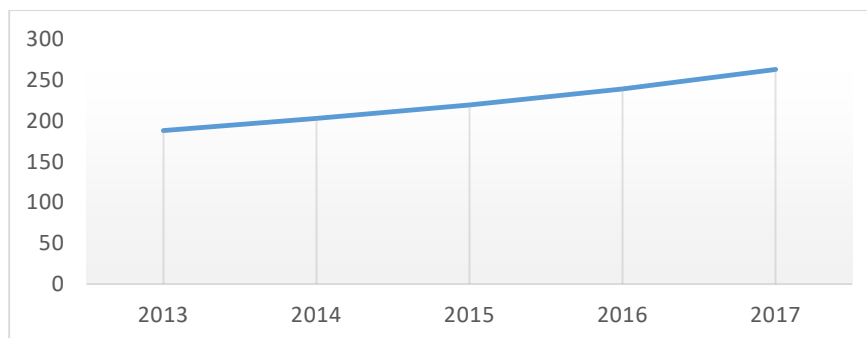
d. Bangunan

Bangunan yang berada di CV. X dibangun di atas tanah milik perusahaan. Awal berdiri perusahaan ini hanya memiliki satu ruangan saja yaitu ruang proses produksi dan ruang penyimpanan. Setelah itu pada tahun 2002, perusahaan membeli tanah lalu membangun beberapa ruangan baru yaitu ruang bahan baku, ruang pengemasan, toilet dan penyimpanan produk. Pada tahun 2007, perusahaan membeli kembali tanah dan membangun bangunan baru yang dibuat untuk menambah beberapa ruangan agar proses produksi berjalan dengan baik. Ruangan yang baru dibangun yaitu gudang penyimpanan bahan baku, ruang peracikan, ruang tamu, mushola, kantin dan kantor. Pada tahun 2015, perusahaan membuat satu ruangan kembali untuk membuat outlet agar produk dapat di pasarkan langsung oleh perusahaan dan konsumen

di daerah sekitar perusahaan dapat membeli dan mencoba langsung produk yang diproduksi perusahaan.

Bangunan CV. X terdiri dari dua lantai. Lantai satu terdiri dari ruang tamu, outlet, ruang proses produksi, ruang proses pengemasan, ruang penyimpanan bahan baku, ruang peracikan, gudang penyimpanan dan terdapat toilet. Sedangkan dilantai dua terdapat ruang kantor, aula, mushola, kantin, proses produksi dan proses pengemasan.

5. Volume Penjualan



Gambar 3. Volume Penjualan Minuman Tradisional Bandrek
Sumber: CV. X (2019)

Volume penjualan yang ada di CV. X meningkat setiap tahunnya. Dari tahun 2013 sampai 2017 tidak ada penurunan volume penjualan. Rata-rata penjualan minuman tradisional bandrek meningkat 5 – 8 % setiap tahunnya. Perusahaan dari awal memulai penjualan selalu berusaha melakukan inovasi terhadap produk - produknya. Produk yang paling digemari dan diminati oleh konsumen yaitu minuman tradisional bandrek karena rasanya yang enak dan nikmat. Minuman tradisional bandrek yang dibuat oleh CV. X berbeda dengan perusahaan lain. Minuman tradisional bandrek salah satu minuman yang paling unggul yang dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Volume penjualan yang ada di CV. X merupakan hasil dari jumlah yang di produksi oleh perusahaan. Oleh karena itu, penjualan minuman tradisional bandrek terus meningkat setiap tahunnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dalam hasil penelitian ini adalah faktor yang menentukan keberhasilan CV. X yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang ada di CV. X yang pertama yaitu Organisasi, Organisasi yang ada pada CV. X meliputi kegiatan yang dilakukan oleh karyawan, karyawan berperan penting dalam menunjang keberhasilan suatu perusahaan. Karyawan harus mempunyai rasa tanggung jawab terhadap tugasnya masing – masing. Dengan begitu karyawan akan membantu berjalannya proses produksi dan tidak akan menghambat kegiatan – kegiatan perusahaan. Yang kedua Kualitas Pelayanan yaitu Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan kepada konsumen dan agen dalam menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan maka perusahaan akan mendapatkan kepuasan, harapan dan kepercayaan pada konsumen dan agen. Lalu yang ketiga ada Pengalaman, mendapatkan pengalaman dalam memproduksi olahan makanan ringan, membuat perusahaan terus berinovasi dalam mengembangkan pada setiap produknya. Dengan

begitu, pengalaman yang dialami oleh pendiri perusahaan dalam mengelola usaha dan inovasi yang terus menerus memberi pengaruh keberhasilan pada usaha nya tersebut. Sedangkan untuk faktor eksternalnya yaitu lingkungan tempat bekerja dan jaringan bisnis dengan pihak luar. Lingkungan tempat bekerja yang ada di CV. X yaitu dengan karyawan dan masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. Jaringan bisnis CV. X dengan pihak luar yaitu dengan agen dan pemerintah setempat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan, maka penulis memberikan saran-saran yang dapat menjadi usulan perbaikan perusahaan, yaitu:

1. Memperbanyak jaringan promosi agar masyarakat mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan, seperti mengikuti kegiatan bazar – bazar, pameran – pameran, menghadiri event, menawarkan melalui *e-commerce* seperti tokopedia, shoppee, bukalapak, lazada dan jd.id, melalui jaringan media sosial lainnya.
2. Meningkatkan layanan jasa pengiriman dengan mengaktifkan media sosialnya CV. X agar mempermudah konsumen membeli produknya dan dapat diantarkan langsung ke tempat tujuan.
Mengikuti pelatihan – pelatihan yang diberikan oleh atasan yang dilakukan di perusahaan atau mengikuti pelatihan yang diadakan oleh pemerintah setempat kepada karyawannya. Pelatihan yang diberikan dapat berupa cara meningkatkan kualitas produknya, pelatihan bagaimana cara bekerja dengan baik, dan cara mempertahankan agar konsumen selalu tertarik pada produk yang ditawarkan.
3. Mencari distributor yang menjual bahan baku dengan kualitas baik namun dengan harga yang murah. Dengan begitu perusahaan dapat menekan biaya pokok produksinya dan harga jual produk dapat diturunkan.
4. Memberikan diskon pada produknya dan memperbanyak promo agar konsumen tertarik untuk membelinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Moloeng, L. j. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sianturi, H. A., & Kusno, K. (2016). FORECASTING SALES Bandrek IN TRADITIONAL DRINKS CV . CIHANJUANG CORE ENGINEERING , CIMAHI, WEST JAVA (Studies Case Bandrek sales in 2013). *Sosiohumaniora*, 18(2), 145–152.