

BAB IV KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Lokasi Perusahaan

Secara astronomis, Kecamatan Salimpauang terletak antara 00°19' 00" dan 00° 25' 12" Lintang Selatan dan antara 100° 28' 52" - 100° 35' 17" Bujur Timur. Dengan luas wilayah 60,87 km antara 742m sampai 1.012m di atas permukaan laut. Total jumlah penduduk yaitu 21.158 jiwa. Kecamatan Salimpauang terdiri dari 6 nagari. Nagari adalah satu kesatuan masyarakat hukum adat yang mempunyai wilayah tersendiri dengan batas-batas tertentu beserta kekayaan yang ada di dalamnya. Berdasarkan posisi geografisnya, Kecamatan Salimpauang memiliki batas-batas:

- Sebelah Utara : Kecamatan Tanjung Baru
- Sebelah Selatan : Kecamatan Sungai Tarab
- Sebelah Barat : Kabupaten Agam
- Sebelah Timur : Kecamatan Sungayang

Posisi geografis perusahaan ini selengkapnya ada pada lampiran satu halaman 34.

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Nagari Salimpauang salah satu pedesaan yang terletak di Batusangkar yang merupakan pusat Kota Kabupaten Tanah Datar. Secara fisik Salimpauang merupakan daratan dan perbukitan. Sehingga untuk tata ruang lahan cocok untuk kegiatan pertanian dan perkebunan. Masyarakat Salimpauang memanfaatkan lahan yang cocok untuk perkebunan ini dengan menanam kopi, sehingga seluruh bagian dari kopi dapat digunakan. Salah satunya adalah daun kopi yang diolah menjadi Kawa Daun.

Awal usaha ini berdiri dikarenakan bapak Syawaludin dan istrinya ibu Kamsia memiliki keterbatasan keuangan untuk menyekolahkan anak-anaknya sehingga pekerjaan bapak Sawaludin yang hanya seorang buruh bangunan tidak tetap sementara Ibu Kamsia yang hanya seorang ibu rumah tangga membuat mereka harus mencari peluang untuk bisa menyekolahkan anak-anaknya. Setelah melihat keadaan daerahnya yang terletak didataran tinggi dan merupakan daerah

yang sering dijumpai minuman dengan bahan dasar daun kopi, akhirnya ibu Kamsia menawarkan dirinya untuk menjadi karyawan disalah satu warung pinggir jalan yang menyediakan gorengan dan minuman Kawa Daun.

Setelah keuangan keluarga ibu Kamsia sudah mulai stabil, ia dan bapak Sawaludin membuka usaha Kawa Daun Usaha ini memiliki nomor legalitas DINKES PIRT no. 2101805010562-24. Usaha ini didirikan pada tahun 2012. dan memasarkannya kepada warung-warung yang menjual Kawa Daun dan menitipkan pada toko oleh-oleh.

4.2 Penggunaan Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan Kawa Daun adalah daun kopi yang diambil di daerah tak jauh dari tempat pengolahan kawa daun. Bahan baku yang digunakan adalah memanfaatkan limbah daun kopi hasil pangkasan tunas air. Pemangkasan tunas air daun kopi biasa dilakukan pada pohon kopi sebagai bagian pemeliharaan yang bertujuan untuk memaksimalkan pertumbuhan sehingga kopi dapat berbuah dengan baik. Daun kopi yang digunakan dipilih yang baik bukan daun yang rusak akibat serangan hama atau kering akibat kerusakan lainnya Pengelompokkan daun dimulai dari pucuk hingga daun bawah atau yang disebut sebagai daun bagian pertama, kedua, ketiga, dan keempat. Pembelian bahan baku daun kopi dilakukan dengan cara pengambilan langsung ke lahan perkebunan kopi. Harga yang ditetapkan pada saat pembelian daun kopi cukup terjangkau. Pembelian bahan baku dilakukan secara berlangganan pada pemilik kebun kopi yang bertujuan untuk keberlanjutan ketersediaan bahan baku daun kopi. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi adalah jumlah yang dapat dihasilkan dalam satu kali pengolahan. Kapasitas produksi dapat menggambarkan kemampuan perusahaan alam memenuhi permintaan pasar, semakin tinggi kapasitas produksi yang dapat diusahakan maka semakin banyak produk yang mampu dihasilkan setiap jam, setiap hari, setiap bulan dan setiap tahunnya. Pengolahan daun kopi menjadi Kawa Daun ini membutuhkan 80 kg daun kopi sekali produksi dan menghasilkan 50 kg Kawa Daun.

4.3 Sumbangan Input Lain

Sumbangan input lain merupakan biaya yang dikeluarkan untuk bahan tambahan dalam kegiatan pengolahan. Sumbangan input lain ini merupakan bagian total biaya produksi yang dikeluarkan. Terdiri dari biaya bahan bakar, karung yang digunakan untuk mengemas Kawa Daun.

4.4. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu aktor penting dalam sebuah proses produksi, dilihat dari jumlah tenaga kerja, pada agroindustry Kawa Daun Putri Bunga dengan dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 5 orang, maka berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) agroindustry Kawa Daun Putri Bunga termasuk dalam golongan industri kecil.

Berdasarkan hasil penelitian pada usaha Kawa Daun Putri Bunga, pekerja pada usaha Kawa Daun memiliki tingkatan umur yang berbeda, yaitu yang paling rendah muda 25 tahun dan yang sampai tertua umur 51 tahun maka berdasarkan teori dari Said Rusli (2012), yang mengelompokkan umur menjadi tiga kelompok, yaitu belum produktif (0-14), produktif (15-64), dan tidak produktif (> 65). Termasuk pada kelompok umur produktif yang memiliki rentang umur dari 15-64 tahun. Lima orang pekerja tersebut, terdiri atas satu orang pemilik usaha yang turut andil dalam mengerjakan produksi Kawa Daun, dua orang termasuk pemilik usaha bertugas dalam pengambilan daun kopi di kebun kopi, biasanya diangkut menggunakan jasa ojek yang sudah diamanahkan kepada satu orang. Dua orang bertugas mengambil daun kopi tadi juga bertugas dalam proses pencapitan daun kopi, selanjutnya dua orang lagi bertugas dari proses pengasapan, perontokkan daun kopi yang sudah diasapi lalu pengemasan. Tenaga kerja pada agroindustry Kawa Daun berasal dari tenaga kerja keluarga dan tenaga kerja luar keluarga. Seluruh tenaga kerja memiliki peran penting dalam kegiatan pengolahan agroindustry Kawa Daun ini dimulai dari pengambilan sampai pengemasan produk. Upah yang diberikan berdasarkan hasil wawancara semua anggota pekerja mendapat upah yang sama.

4.5. Pemasaran

Pemasaran merupakan peran penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Semakin bagus suatu produk yang dipasarkan, maka semakin tinggi pula harga barang tersebut. Pada tahapan inilah pemilik usaha harus bisa menarik perhatian pembeli dengan cara pengemasan barang pada kemasan yang dapat menarik perhatian konsumen, dan bisa juga dengan cara menambah keefektifitasan pemasaran yaitu menyesuaikan dengan teknologi yang semakin modern seperti internet dengan memasang foto produk atau jasa yang ditawarkan melalui situs seperti *facebook*, *instagram* maupun *event* yang terkait dengan pengenalan barang ataupun jasa yang ditawarkan, masyarakat bisa lebih mengetahui dan mengenal produk atau jasa tersebut secara lebih baik lagi. Pemasaran Kawa Daun tersebut dilakukan oleh anak bapak Syawaludin bertujuan agar produk kawa daun tersebut dapat dikenal oleh berbagai orang dan tidak hanya di daerahnya saja.

Pemasaran Kawa Daun dilakukan oleh anak pemilik usaha yang juga pekerja pada usaha Kawa Daun ini. Kurang pahamnya pemilik usaha dalam memasarkan usahanya melalui media sosial ini membuat pemilik usaha menyerahkan tanggung jawab untuk memasarkan produk Kawa Daun kepada anaknya. Sese kali pemilik usaha juga ikut andil dalam memasarkan produk ini dengan cara memasok produknya ke warung-warung yang menyediakan minuman Kawa Daun di dalam daerah maupun di luar daerah. Pemesanan Kawa Daun juga kadang melalui telpon dan akan ditangani langsung pemilik usaha. Pengenalan produk Kawa Daun melalui event-event daerah juga diambil alih oleh anak pemilik usaha Kawa Daun ini. Produk Kawa Daun ini juga beberapa kali ikut dalam jajaran produk yang diperkenalkan pemerintahan daerah Salimpauang dalam beberapa pameran produk daerah. Untuk pengenalan produk tersebut, pemilik usaha sengaja mengemas Kawa Daun ini dalam plastik berukuran satu kilogram agar memudahkan produk tersebut dipajang.

Kawa Daun merupakan produk yang tergolong baru di pasaran. Sebagai produk baru tentu saja pemilik usaha berusaha untuk membangun *brand* agar dikenal masyarakat luas, selanjutnya dilakukan strategi branding yang tepat agar produk mempunyai *market share* yang luas. Sebagai yang berasal dari Tanah

Datar, cara komunikasi produk diselaraskan agar produk kopi Kawa Daun apabila dibeli dan dikonsumsi masyarakat dapat mencirikan akan menimbulkan *brand awareness* sebagai produk khas Tanah Datar. Pemasaran Kawa Daun dilakukan di daerah Bukittinggi, Pekanbaru dan Batam. Para pembeli yang membeli Kawa Daun biasanya orang yang sudah menjadi langganan. pengiriman Kawa Daun kepada pembeli yang terletak diluar daerah menggunakan transportasi umum maupun menggunakan ekspedisi.

Pemasaran Kawa Daun dilakukan setiap tiga kali dalam seminggu. Karena tempat pemasaran Kawa Daun terletak di beberapa daerah. sistem pembayaran dalam penjualan Kawa Daun ini dilakukan kontan untuk produk Kawa Daun yang dikemas dalam karungan. Resiko dalam pemasaran Kawa Daun yaitu akan mudah terkena air bila saat pengangkutan menggunakan angkutan umum tidak melindungi produk Kawa Daun dengan menutupnya menggunakan terpal ataupun material serupa yang akan membuat produk Kawa Daun tersebut tidak terkena air. Pengemasan kawa daun ini masih tergolong dalam pengemasan yang sederhana dikarenakan masih memiliki resiko produk tersebut hancur ataupun rusak.