

**LAPORAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN
JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

PENGEMBANGAN KUALITAS GULA MERAH UD. GULA NIRWANA



Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir
Praktik Pengalaman Lapangan Jurusan Ekonomi Syariah

Oleh:

NUR RISKA LUTFINA AINI

NIM. 12402183374

Dosen Pembimbing Lapangan:

Risdiana Himmati, M.Si

NIP. 199310062019032024

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN TULUNGAGUNG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN PRAKTIK PENGALAMAN LAPANGAN

Laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Tulungagung ini telah disetujui dan disahkan pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 15 Agustus 2021
Di : Tulungagung
Judul : Pengembangan Kualitas Gula Merah UD. Gula Nirwana

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing Lapangan



Risdiana Himmati, M.Si

NIP. 199310062019032024

Mengesahkan

a.n. Dekan

Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



(Siswahyudianto, M.M)

NIDN. 2015068402

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Ekonomi Syariah yang dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2021 sampai dengan tanggal 13 Agustus 2021. Penyusunan laporan akhir ini ditujukan untuk memenuhi tugas akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Tentunya dalam penulisan laporan akhir ini banyak kendala yang dihadapi penulis, namun berkat bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Maftukhin, M.Ag., selaku Rektor IAIN Tulungagung.
2. Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
3. Nur Aziz Muslim, M.HI., selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
4. Siswahyudianto, M.M., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
5. Risdiana Himmati, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
6. Bapak Muhtarom, selaku pemilik serta pemimpin usaha gula merah Ud. Gula Nirwana
7. Seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian penulisan laporan akhir Praktik Pengalaman Lapangan (PPL).

Dalam laporan ini semoga bisa bermanfaat bagi para pembaca, dan penulis menyadari bahwa dalam laporan ini sangat jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis berharap saran dan kritik yang membangun agar terus mengeluarkan karya yang lebih baik lagi. Semoga kebaikan dan bantuan dari semua pihak mendapat balasan dari Allah SWT.

Blitar, 29 Juli 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nur Riska Lutfina aini', written over a horizontal line.

Nur Riska Lutfina aini

Nim. 12402183374

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN/PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Dasar Pemikiran	6
B. Tujuan dan Kegunaan	8
C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan	8
BAB II PELAKSANAAN PRAKTIK	
A. Profil Lembaga	9
B. Pelaksanaan Praktik	11
C. Permasalahan di Lapangan.....	12
D. Tanggapan dari Pihak Lembaga Tempat Praktik.....	12
BAB III PEMBAHASAN/ANALISIS TERHADAP TEMUAN STUDI	
A. Landasan Teori.....	14
B. Analisis terhadap Temuan Studi	20
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	29
B. Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN-LAMPIRAN	32

BAB I

PENDAHULUAN

A. Dasar Pemikiran

Pada era globalisasi saat ini, telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang. Salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan didalam dunia bisnis dan ketidakpastian memaksa sebuah perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan pesaing. Untuk mencapai hal itu, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran.

Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dilingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal.

Keterpurukan ekonomi yang dialami semua kalangan mempengaruhi perilaku belanja masyarakat sebagai konsumen. Dimana sekarang konsumen semakin pandai di dalam membelanjakan uangnya. Konsumen membeli barang yang dibutuhkan dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhannya. Selain itu konsumen juga menyesuaikan harga barang dengan kemampuan ekonomi mereka, karena konsumen semakin sadar akan kebutuhan yang harus didahulukan dan yang harus ditunda terlebih dahulu. Oleh karena itu, konsumen ditempatkan sebagai titik sentral yang diperhatikan oleh pemasaran.

Setidaknya terdapat dua alasan, mengapa pemasar perlu memahami perilaku belanja konsumennya.¹

Pertama, dengan pesatnya perkembangan perdagangan saat ini menunjukkan bahwa lebih banyak produk yang ditawarkan pada konsumen dari pada permintaan. Kelebihan dari penawaran ini menyebabkan banyak produk yang tidak terjual atau tidak dikonsumsi oleh konsumen. Kecilnya

¹ Dwi Kus Adi, "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN", (Surabaya : Fisip UPN, 2015), hlm 1-2

permintaan dari pada penawaran ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain secara umum adalah keadaan ekonomi dari konsumen itu sendiri. Selain itu, naiknya harga yang ditetapkan oleh produsen yang tidak sesuai dengan kualitas produknya, kurangnya produsen dalam mengkomunikasikan produk serta kurangnya penyebaran produk dipasarkan sehingga konsumen tidak mengetahui keberadaan produk tersebut. Kedua, pemasar perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumennya. Karena mengetahui secara tepat kebutuhan dan keinginan konsumennya, perasaan akan mampu memberikan produk dan jasa dengan kualitas yang sebagaimana yang diinginkan konsumennya sertakan menuntut pemasar pada kebijakan keinginan pemasaran yang tepat dan efisien.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah menentukan kebutuhan dimana keinginan konsumen serta memberikan kepuasan secara lebih efektif dari yang diberikan oleh pesaing yang memiliki konsep yang menitik beratkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sebaikbaiknya sehingga barang yang dihasilkan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dapat menambah kepuasan konsumen dan memperoleh keuntungan bagi perusahaan tersebut. Pengecer atau perusahaan dikatakan sukses apabila perusahaan dapat mempertahankan pelanggan atau konsumennya juga dapat menarik konsumen pesaing. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan untuk barang yang diinginkan konsumen dengan memberikan produk yang menyebabkan fasilitas-fasilitas menunjang proses yang ditetapkan perusahaan atau pengecer.²

Sebagaimana pemaparan diatas, penulis akan membahas bagaimana pengembangan kualitas pada Usaha dagang Gula Merah Ud. Gula Nirwana guna mengetahui apa saja yang dilakukan pemilik dalam proses pengembangan kualitas gula merah yang terletak di desa Dayu, kec. Nglegok, Kab. Blitar tersebut.

²² *Ibid*, hlm 3

B. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan

- a. Untuk mendeskripsikan bagaimana pengembangan kualitas gula merah di Ud. Gula Nirwana
- b. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk melihat langsung yang terjadi dilapangan, sehingga mengetahui apakah praktik dilapangan sesuai dengan teori atau tidak

2. Kegunaan

Adapun kegunaan penulisan dengan judul Pengembangan Kualitas Gula Merah Ud. Gula Nirwana yaitu sebagai berikut:

a. Secara teoritis:

Dapat menambah ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan, serta memberikan kesempatan bagi mahasiswa terjun ke lapangan bisnis.

b. Secara praktis:

- 1) Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat digunakan sebagai penyerapan ilmu pengetahuan yang bermanfaat sebagai penambah kajian pustaka
- 2) Bagi lembaga yang dituju guna menambah informasi yang belum diketahui oleh pemilik usaha khususnya di bidang pengembangan kualitas produk. Selain itu juga sebagai sasaran promosi, khususnya yang berhubungan dengan produknya
- 3) Bagi peserta PPL dapat dijadikan bekal untuk berwirausaha kedepannya nanti.

C. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) merupakan salah satu bentuk program kegiatan akademik yang wajib dilakukan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, kegiatan PPL gelombang kedua tahun 2021 dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2021 sampai tanggal 13 Agustus 2021, yang berlangsung selama 1 bulan. Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) kali ini berada di usaha gula merah Ud. Gula Nirwana milik bapak Muhtarom yang ber alamat kan di Desa dayu, Kec Nglegok, Kab. Blitar.

BAB II

PELAKSANAAN PRAKTIK

A. Profil Lembaga



Depan Ud. Gula Nirwana
Diambil pada hari kamis, 22 juli 2021

UD. Gula Nirwana merupakan badan usaha perorangan milik Bapak Muhtarom dengan bentuk badan usaha UD (Usaha Dagang). UD. Gula Nirwana juga telah memiliki izin usaha. Visi UD. Gula Nirwana adalah menjadi perusahaan distributor gula merah yang terpercaya dan unggul di Indonesia. Sedangkan guna mencapai visinya, misi UD. Gula Nirwana adalah sebagai berikut.

- 1) Menjalin hubungan baik dengan supplier dan customer
- 2) Meningkatkan pemasaran produk di seluruh Indonesia
- 3) Memberdayakan seluruh karyawan sebagai aset berharga untuk memberikan pelayanan terbaik
- 4) Memberikan produk-produk berkualitas terhadap mitra bisnis.

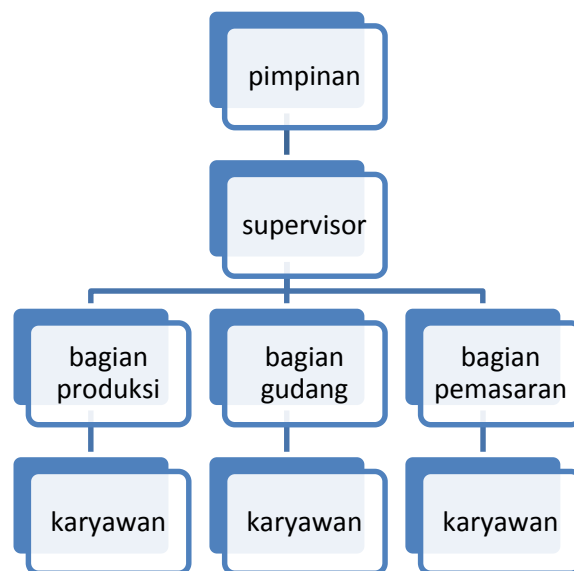
UD. Gula Nirwana yang didirikan oleh Bapak Muhtarom pada tahun 2010 ini terletak di Dusun Kambingan, RT 02/ RW07, Desa Dayu, Kecamatan Nglepok, Kabupaten Blitar. Dari patung koi Kota Blitar ke utara sampai pertigaan Pasar Ngentak, ke arah barat kurang lebih 500 meter. UD. Gula Nirwana bergerak di bidang produksi gula merah. Namun selain memproduksi gula merah sendiri, UD. Gula Nirwana juga sebagai pengepul yang menerima gula merah yang dijual masyarakat.

Latar belakang berdirinya usaha ini adalah karena profesi pemilik yang dulunya sebagai petani nira kelapa. Pekerjaan itu beliau geluti dari masa muda hingga berkeluarga. Mengingat usianya tak lagi muda, beliau mencoba peruntungan untuk menjadi pengepul gula merah bersama istrinya di rumah.

Pasar yang menjadi sasaran UD. Gula Nirwana begitu luas. Di pasar tradisional mereka memasarkan produknya ke berbagai pasar di luar kota. Selain itu mereka juga menyasar pabrik-pabrik yang membutuhkan gula merah sebagai bahan baku, seperti pabrik kecap, pabrik roti, pabrik minuman, dan pabrik sambal pecel. Hingga kini, UD. Gula Nirwana telah mampu memasarkan produknya ke berbagai kota di Indonesia, mulai dari Blitar, Tulungagung, Ponorogo, Surabaya, Sragen, Pati, hingga ke luar pulau seperti Kalimantan dan Papua.

Pengelolaan UD. Gula Nirwana dilakukan oleh pemilik bersama istri dan anaknya. Sampai saat ini, UD. Gula Nirwana telah memiliki sepuluh orang karyawan. Secara umum, UD. Gula Nirwana telah memenuhi kelayakan suatu usaha.

Adapun Struktur Organisasi Ud. Gula Nirwana yaitu:



Dari segi pasar, UD. Gula Nirwana telah mempunyai produk unggulan serta telah mampu memasarkan produknya ke berbagai daerah. Dari segi operasi, setiap harinya produksi dilakukan disana. Bangunan mulai dari

rumah hingga gudang juga telah dimiliki. Mereka juga telah menggunakan peralatan canggih yang membantu operasional disana. Dari segi manajemen, struktur organisasi UD. Gula Nirwana sudah baik dan menjalankan tugasnya sesuai wewenang. Lingkungan dan masyarakat sekitar juga mendukung penuh adanya usaha ini. Dan dari aspek finansial, UD. Gula Nirwana juga dianggap telah mampu baik dengan modal sendiri maupun dari bank.

Peta lokasi Ud. Gula Nirwana lebih tepatnya yaitu berada di Dsn. Kambingan, Rt/Rw. 02/07, Ds. Dayu, Kec. Nglepok, Kab. Blitar. Dapat dijelaskan berdasarkan peta lokasi desa sebagai berikut

Utara : Desa Ngoran

Selatan: Desa Dayu

Barat : Desa Karang bendo

Timur : Pasar Ngentak

Sedangkan jarak dari pemerintahan desa dayu dengan Ud. Gula Nirwana adalah:

Dari kantor desa : 1 km

B. Pelaksanaan Praktik

Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) gelombang II tahun 2021 yang diselenggarakan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung mulai dari tanggal 12 Juli 2021 – 13 Agustus 2021. Pelaksanaan PPL pada tahun ini masih sama dengan system pelaksanaan dengan PPL gelombang I dimana PPL dilakukan di desa masing-masing dikarenakan Pandemi Covid-19. Dalam pelaksanaan PPL kali ini bertempat di Usaha gula merah Ud. Gula Nirwana milik Bapak. Muhtarom yang berlokasi di Desa Dayu.

Sebelum kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan dilaksanakan, sebelumnya saya melakukan survey lokasi PPL dan berkoordinasi serta meminta izin kepada Bapak Muhtarom selaku pemilik Usaha Gula merah Ud. Gula Nirwana untuk melakukan kegiatan PPL di usahanya. Selanjutnya kegiatan yang dilakukan selama Praktik Pengalaman Lapangan selama kurang lebih 4 Minggu adalah survey lembaga, wawancara dengan pemilik usaha, mengamati proses dalam usaha produksi gula merah, menggali informasi terkait, penyusunan laporan dan dokumentasi kegiatan.

C. Permasalahan di lapangan

Setiap usaha yang dijalankan pasti tidak selalu berjalan lancar. Pasti terdapat permasalahan yang biasa dihadapi oleh setiap pengusaha. Permasalahan yang ditemukan oleh penulis pada saat melaksanakan PPL di Ud. Gula Nirwana kemarin yaitu:

1. Selama pandemic, permintaan gula merah berkurang, baik permintaan dari konsumen, pasar, pabrik, maupun hajatan. Sedangkan dari petani, pemasukan tetap berjalan lancar.
2. Seiring berjalannya tahun, tidak dipungkiri bahwa produsen gula merah bertambah, yang berarti persaingan menjadi lebih ketat karena banyak produsen gula
3. Seiring berjalannya usia, petani nira yang sudah berusia 50+ banyak yang sudah tidak mampu mencari nira, dan zaman sekarang banyak anak muda yang tidak minat untuk mencari nira, alhasil pemasukan barang dari petani berkurang.

D. Tanggapan dari pihak Lembaga Tempat Praktik

Tanggapan dari pemilik usaha gula merah Ud. Gula Nirwana terkait permasalahan yang tengah dihadapi yaitu dengan tetap tenang dan tetap memproduksi barang, karena dengan berkurangnya peminat bukan berarti tidak ada konsumen yang meminta, sebenarnya bisa dibilang tetap lancar-lancar saja, tetapi tidak se lancar sebelum masa pandemic.

Mengenai permintaan yang menurun, bapak Muhtarom menghadapinya tetap dengan tenang dan tidak melakukan apapun, karena, meskipun permintaan menurun, bukan berarti permintaan jadi lebih sedikit, permintaan tetap banyak walaupun tidak seperti dulu, misalnya permintaan pasar yang tiap minggu nya kirim 3 kali dalam satu minggu, kini hanya meminta 1-2 kali dalam satu minggu, karena bapak Muhtarom percaya bahwa konsumennya banyak, dan tetap banyak pembeli, jadi ia tak ambil pusing masalah ini.

Zaman semakin berkembang pastinya banyak pekerja atau banyak orang yang membangun bisnisnya dengan bermacam-macam jenis, misalnya membangun bisnis gula merah, tentunya bukannya ditempat bapak

muhtarom saja, banyak juga produsen gula kecil-kecilan didesa ini, dengan begitu persaingan bisnis gula merah semakin ketat. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi UD. Gula Nirwana untuk tetap mempertahankan usahanya dan terus mampu menguasai pasar.

Untuk pemasalahan selanjutnya karena berkurangnya petani nira menyebabkan semakin sedikitnya pemasukan gula merah kelapa asli, alhasil pemasukan juga berkurang karena petani yang semakin berkurang padahal permintaan banyak. Dengan itu bapak muhtarom membuat inovasi baru yaitu membuat gula merah sayur/ gula kelapa sayur. Tentunya tidak sama persis dengan gula merah asli kelapa, tetapi gula merah sayur ini tetap berasa kelapa tetapi ada campuran sedikit dari gula pasir rafinasi (gula industry), dengan itu usaha bapak muhtarom tetap berjalan lancar dan tidak akan kekurangan barang.

BAB III

PEMBAHASAN/ANALISIS TERHADAP TEMUAN STUDI

A. Landasan Teori

1. Kualitas produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.³ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk konsumsi baik untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya, misalnya dengan cara pembelian.⁴

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Siburian (2016) menjelaskan kualitas produk sebagai “the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”. Artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya (Tjiptono dalam Siburian, 2016). Pendapat lainnya dari Kotler dan Armstrong dalam Jienardy (2017), kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Sebuah perusahaan dikatakan memiliki kualitas produk

³Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran 1. Milenium ed. (Jakarta: PT. Prenhalindo, 2002)., hal, 1

⁴Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2005) hal. 13

yang baik apabila mampu menyediakan produk yang mampu memenuhi keinginan dan harapan dari pelanggannya. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya (Tjiptono dalam Siburian, 2016). Dimensi kualitas produk tersebut adalah (Mullins et al. dalam saidani dan arifin, 2012):

- a) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
- c) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- d) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- e) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk. misalnya : bentuk fisik, model, desain yang artistik, dan sebagainya.
- f) *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

g) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk.⁵

b. Pengembangan Kualitas Produk

Setelah memahami arti kualitas, berikutnya dijelaskan mengapa kualitas produk merupakan fokus utama saat ini dalam suatu perusahaan. Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional, dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu produk, harga, Promosi, dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan.⁶

Mutu atau biasa disebut kualitas merupakan serangkaian karakteristik produk dengan standar yang ditetapkan perusahaan berdasarkan syarat, kebutuhan, dan keinginan konsumen. Melalui tim *marketing*, perusahaan mengidentifikasi dengan benar permintaan konsumen terhadap produk yang akan dihasilkan dan kemudian perusahaan menghasilkan produk yang sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan.⁶

Kualitas produk merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang ditetapkan. Kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, tidak mudah rusak, dan terdapat jaminan kualitas. Selera konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga

⁵ Meilina Boediono, Sonata Christian, Dewi Mustikasari Immanuel, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax", *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, No. 1, Vol.3, April 2018, hlm 92-93

⁶Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*,...hal. 3

kualitas produk juga harus disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi selera konsumen.⁷

Manajemen kualitas merupakan pepaduan upaya dalam pengembangan, pemeliharaan, dan perbaikan mutu atau kualitas produk di suatu perusahaan sehingga produk mencapai tingkat ekonomis dan dapat memuaskan pelanggan. Karena hal ini akan membawa dampak pada persaingan yang semakin ketat akibat kemajuan teknologi informasi, produksi, dan transformasi yang menyebabkan persaingan antar industri benar-benar ditentukan oleh mutu ataupun kualitas suatu perusahaan. Agar semua berjalan dengan baik, perusahaan perlu melakukan penelitian baik di lingkungan perusahaan maupun di lapangan (sisi konsumen). Kemampuan perusahaan untuk menangkap keinginan konsumen lebih sering tidak terungkap oleh konsumen itu sendiri, dan ini akan memudahkan produsen untuk menyusun konsep mutu yang sesuai dengan keinginan konsumen.⁸

Dalam manajemen kualitas ada pada semua level dari manajemen, tetapi harus dikendalikan oleh manajemen puncak dan implementasinya harus melibatkan semua anggota organisasi, seperti :

1. Perencanaan kualitas (*quality planning*) adalah penetapan dan pengembangan tujuan dan kebutuhan untuk kualitas serta penerapan sistem kualitas

2. Pengendalian kualitas (*quality control*) adalah teknik-teknik dan aktivitas operasional yang digunakan untuk memenuhi persyaratan kualitas

3. Jaminan kualitas (*quality assurance*) adalah semua tindakan terencana dan sistematis yang diimplementasikan dan didemonstrasikan guna memberikan kepercayaan yang cukup bahwa produk akan memuaskan kebutuhan untuk kualitas tertentu

4. Peningkatan kualitas (*quality improvement*) adalah tindakan yang diambil untuk meningkatkan nilai produk bagi pelanggan melalui peningkatan efektivitas dan efisiensi dari proses dan aktivitas melalui

struktur organisasi

Sedangkan dalam industri pangan, kualitas atau mutu ditentukan oleh beberapa karakteristik yang terus berkembang mengikuti kebutuhan konsumen yang semakin tidak terbatas, antara lain:⁹

1. Karakteristik Fungsional

Dalam produk pangan karakteristik fungsional dikelompokkan menjadi 3, yaitu:

a. Sifat fisika, (berhubungan dengan morfologi, sifat termal, sifat reologi, dan sifat spektral)

b. Sifat kimia, (komposisi kimia, bahan kimia tambahan, dan bahan kimia pengolahan)

c. Sifat mikrobiologi, (mikroba alami, mikroba patogen, dan mikroba pembusuk)

Untuk setiap jenis produk pangan harus ditentukan sifat mana yang menonjol dalam mempengaruhi kualitas secara keseluruhan.

2. Karakteristik kemudahan penggunaan

Karakteristik kemudahan penggunaan pada produk pangan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengonsumsi suatu makanan. Dan seiring perkembangan zaman semakin banyak upaya-upaya kalangan industri pangan untuk menyajikan kepraktisan bagi para konsumen. Kecenderungan ini makin kuat karena masyarakat semakin menyenangi produk makanan yang praktis dan hemat waktu.

3. Karakteristik masa simpan

Produk pangan olahan setelah diproduksi dan dikemas selalu memiliki masa simpan tertentu. Penyimpanan melewati masa waktu tersebut akan mengakibatkan penurunan kualitas yang selanjutnya akan terjadi kerusakan pada produk tersebut menjadi kadaluwarsa. Produk pangan dikatakan rusak apabila telah mengalami perubahan cita rasa, penurunan nilai gizi sehingga tidak aman lagi dikonsumsi karena dapat mengganggu kesehatan. Untuk itu diperlukan pengembangan dalam proses pengolahan maupun pengemasan suatu produk agar bisa awet dan tidak cepat rusak.

4. Karakteristik psikologi

Karakteristik psikologi yang cukup mendasar pada produk pangan adalah karakteristik sensori. Penerapan karakteristik sensori terhadap produk pangan banyak dilakukan dan disenangi karena pengujiannya cepat dan biayanya relative murah. Penerapan ini juga telah terbukti dapat diandalkan untuk mengetahui tingkat penerimaan dan preferensi konsumen terhadap suatu produk, serta untuk mengetahui apakah kualitas produk kita sama, diatas, atau dibawah produk pesaing. Berdasarkan alat indra yang digunakan, karakteristik sensori digolongkan menjadi:

- a. Karakteristik visual, meliputi warna, kekeruhan, kejernihan, dan sebagainya
- b. Karakteristik bau, meliputi keharuman, busuk, apek, dan sebagainya
- c. Karakteristik rasa, meliputi manis, asin, pedas, lezat, dan sebagainya
- d. Karakteristik tekstural, meliputi sifat lengket, halus, keras, dan sebagainya.

Karakteristik psikologi lainnya muncul akibat konsumen menginginkan keindahan dalam kemasan produk, memberikan bentuk kemewahan, serta menunjukkan suatu status sehingga dengan karakteristik ini dapat meningkatkan harga produk beberapa kali lipat dan akan berdampak pada pendapatan suatu perusahaan.

5. Karakteristik keamanan

Keamanan pangan menjadi hal yang perlu diperhatikan, jika semakin tinggi pengetahuan dan kemampuannya semakin tinggi pula kecenderungan menuntut pangan yang lebih aman untuk dikonsumsi. Produksi dari produk pangan olahan yang aman harus mempertimbangkan beberapa hal yakni dari bahan yang digunakan baik bahan mentah atau lainnya, diperlukan metode dalam proses pengolahan produk, menjaga kebersihan agar tidak terkontaminasi zat-zat berbahaya setelah proses pengolahan, serta penentuan titik-titik kendali kritis.

Selain itu, dalam menentukan tingkat daya beli konsumen, perusahaan perlu memperhatikan beberapa faktor, antara lain :¹⁰

- a. Kualitas produk, dimana konsumen akan merasa puas bila hasil

evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- b. Kualitas pelayanan, dimana konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan
- c. Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang tinggi.
- d. Harga, produk yang memiliki kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- e. Biaya konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung puas terhadap produk tersebut.

B. Analisis Terhadap Temuan Studi

Kualitas menjadi kebutuhan utama konsumen. Selain harga yang terjangkau, tentu konsumen membutuhkan kualitas produk yang baik yang dapat memenuhi ekspektasinya. Pada awalnya, peluang usaha gula merah sangat terbuka lebar karena kondisi pasar yang membutuhkan banyak permintaan. Sumber daya berupa pohon kelapa juga masih sangat banyak pada saat itu. Oleh karena itu, diperlukan sebuah usaha guna memanfaatkan kekayaan alam sekitar dan memenuhi kebutuhan konsumen akan gula merah.

Gula merah merupakan salah satu bumbu dapur yang masih menjadi andalan hingga kini. Selain itu, peluang usaha gula merah juga cukup besar karena di daerah luar Blitar banyak sekali yang tidak memiliki pohon kelapa sebagai penghasil gula merah. Kini juga semakin banyak pabrik yang mengolah produk yang membutuhkan bahan baku gula merah, bukan hanya untuk bahan dapur saja, tetapi juga bisa untuk bahan membuat roti, bahan membuat kecap, dan bahan membuat sambel pecel.

Gula merah di era saat ini membutuhkan strategi pengembangan kualitas produk yang sangat penting dan dibutuhkan, dengan adanya strategi

produsen dapat meningkatkan daya beli konsumen ditengah persaingan produsen gula merah.. strategi pengembangan kualitas yang pertama bisa dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen seperti contoh dengan mengerti perilaku konsumen yang berbeda-beda. Strategi yang digunakan dalam mengembangkan produk lebih mengutamakan kualitas produk entah dari cara pengolahan maupun pengemasannya, dan juga dengan melalui proses pemasaran.

Dengan beberapa permasalahan yang telah disebutkan, tentu saja akan menjadi pertimbangan suatu usaha dalam mengelola produk dan diperlukan strategi pengembangan dalam suatu usaha salah satunya untuk memikat daya beli konsumen yakni mengetahui kualitas produk usaha tersebut. Kualitas ini sangat penting karena berhubungan dengan cara pengolahan dan pemasarannya. Strategi pengembangan yang bisa dilakukan agar kualitas produk semakin baik antara lain:

1. Pengembangan kualitas Produk

Dalam usaha gula merah Ud. Gula nirwana ini masih menggunakan cara manual namun tetap memperhatikan kebersihan dalam proses memasak gula nya, selain itu dalam pembuatannya, gula merah ini tidak ada bahan campuran kimia nya. Jadi murni gula kelapa saja. Tetapi hal ini tidak menjadikan gula merah dianggap ceat basi atau busuk, karena sampai kapanpun gula merah tetap awet dan tidak bisa basi, meskipun nantinya bisa merubah warna ataupun merubah rasa, itu tidak menjadi masalah karena bagaimanapun bentuk dan warna gula akan tetap laku untuk kebutuhan tertentu. Misalnya: di perusahaan gula merah bapak Muhtarom ini ada beberapa jenis gula merah yaitu

- a) gula merah A (tingkatan paling atas / gula yang paling bagus. Gula ini biasanya untuk membuat roti, bumbu memasak, membuat jenang merah untuk hajatan maupun dijual, untuk membuat sambel pecel).



Foto gula merah tingkatan A

Diambil pada hari Selasa, 3 Agustus 2021

- b) Gula tingkatan B (tingkatan menengah. Gula ini biasanya untuk bahan membuat kecap manis ataupun kecap asin. Dalam produksinya bapak muhtarom telah memiliki konsumen pabrik kecap diantaranya kecap Tjapar, kecap Gurami, kecap Rendang, kecap Rahayu, kecap Extra, dan kecap Laron)



Foto gula tingkatan B

Diambil apada hari Selasa, 3 Agustus 2021

- c) Gula tingkatan C atau biasa disebut gula gelali (tingkatan paling bawah atau bisa dibilang jelek, meskipun jelek tetap banyak peminat nya,

biasanya dibutuhkan untuk membuat permen gulali, atau juga bisa diolah kembali menjadi gula tingkatan A.



Foto gula tingkatan C

Diambil pada hari Selasa, 3 Agustus 2021

Perkembangan usaha gula merah hingga kini terus meningkat seiring dengan semakin banyaknya permintaan pasar. Namun sayang hal ini tidak sesuai dengan semakin langkanya pohon kelapa sebagai penghasil nira itu sendiri. Hal ini disebabkan karena petani nira kelapa kini juga sudah jarang ditemui, mengingat usia para petani nira yang semakin bertambah tua dan tenaga nya berkurang, jadi hasil dari gula kelapa yang dari petani berkurang, maka dari itu, bapak muhtarom membuat inovasi yaitu memasak gula sendiri, membuat pabrik gula sendiri yang membuat gula merah kelapa agar tetap memproduksi banyak, sehingga para konsumen yang membutuhkan juga tetap mendapatkan gula merah kelapa tersebut, karena bila hal ini tidak terkendali, maka kebutuhan nira kelapa sebagai bahan baku akan semakin sulit dan bisa saja proses produksi akan terhambat dan mengakibatkan naiknya harga gula merah.

Kualitas produk tentunya tidak hanya dilihat dari hasil jadi nya, tetapi juga dilihat dari bahan-bahan dan juga alat yang digunakan, di dalam produksinya Ud Gula Nirwana memakai bahan-bahan yang paling baik, bapak muhtarom juga memilah gula yang diterima dari petani nira, ia memilih gula yang bahannya dari asli kelapa, karena zaman sekarang makin banyak petani yang pintar karena hasil dari pohon kelapa nira nya hanya sedikit, petani itu mencampuri dengan gula putih industry yang hasilnya menjadi gula kelapa namun bukan gula murni kelapa lagi, karena sudah ada campurannya. Oleh karena itulah perusahaan bapak Muhtarom

ini banyak diminati masyarakat atau konsumen dari berbagai daerah baik dalam kota maupun luar kota.

Bukan hanya dari bahan baku saja, bapak muhtarom juga meningkatkan kualitas dari segi alat yang digunakan, meskipun hanya satu alat saja yang berubah, tetapi itu sangat membantu dalam proses pembuatan gula merah. Alat yang digunakan sebagai berikut:



Salah satu sarana prasarana yang terdapat di Ud. Gula Nirwana yang digunakan saat pemrosesan gula merah yaitu pengentalan gula

Diambil pada hari Rabu, 4 Agustus 2021

Berikut tadi adalah alat yang digunakan untuk mengaduk atau pengentalan gula untuk mencapai tekstur gula yang kental dan siap untuk dicetak, kalau dulu masih memakai tangan langsung, sekarang sudah berganti memakai alat seperti itu, tentunya alat itu sangat membantu dan memudahkan dalam pemrosesan gula merah. Perbedaannya bisa dilihat dari banyaknya pendapatan gula perhari. Kalau dulu ketika masih menggunakan tangan sehari mendapatkan gula 3-5 kwintal, sedangkan setelah berganti alat, produksi gula dalam sehari bisa mencapai 5-7 kwintal. Perubahan tersebut bisa dicapai karena jika masih menggunakan tangan, waktu yang dipakai dalam satu hari itu akan habis untuk mengicik (mengentalkan gula), tetapi ketika memakai alat, waktu pengentalan

tinggal menyalakan alat dan para pekerja bisa mengurus pekerjaan yang lainnya.

Dan berikut adalah dokumentasi saat pemrosesan gula berlangsung dan memakai alat tersebut.



Contoh pemakaian alat saat proses pembuatan gulamerah berlangsung

Diambil pada hari Rabu, 4 Agustus 2021

2. Kondisi Persaingan

Pemasaran gula merah produksi UD. Gula Nirwana sudah memiliki pasar yang pasti (*captive market*), yakni UD. Gula Nirwana telah banyak menerima pesanan dari pasar-pasar tradisional dan pabrik-pabrik. Namun persaingan pasar gula merah juga termasuk ketat. Hal ini terbukti dari bila dahulu hanya beberapa saja produsen gula merah di Blitar, namun kini semakin banyak bermunculan produsen gula merah baru. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi UD. Gula Nirwana untuk tetap mempertahankan usahanya dan terus mampu menguasai pasar.

Bagi pak Muhtarom, kualitas bisnis yang dimilikinya sudah cukup baik, mulai dari pemilihan bahan baku yang baik, bahan baku yang layak konsumsi, dan bahan baku dengan kualitas yang bermutu. Mengapa demikian, karena menurutnya, banyak diluar sana produsen ataupun sales gula yang sering datang kesini menawarkan gula dengan harga sangat murah, setelah diselidiki mengapa harga gula sangat murah ternyata yang ditawarkan itu adalah gula BS, dengan itu bapak muhtarom tidak khawatir lagi dengan pesaing harga murah, karena memang kualitas yang dimiliki pesaing tersebut kualitas yang kurang baik, dan UD. Gula Nirwana akan tetap menjaga kualitas yang dimilikinya.

Berikut gambaran gula merah yang baik:



Gula merah yang sudah jadi dan siap dikemas
Diambil pada hari Rabu, 4 Agustus 2021

3. Proses Pengemasan

Dari proses pengemasannya, untuk meningkatkan daya beli konsumennya, Ud. Gula Nirwana menyiapkan bahan dagangan agar kemasan terlihat rapi dan menarik. Dulu di Ud. Gula Nirwana masih menggunakan plastic dan tali yang seadanya, sedikit kurang menarik sih, seiring berjalannya waktu akhirnya bapak muhtarom berinisiatif untuk mengubah plastic dan tali menjadi lebih baik lagi dan dengan tampilan yang menarik, akhirnya sampai saat ini beliau sudah memiliki partner perusahaan plastic untuk pemesanan plasticnya, plastic yang dimiliki sekarang sudah ada beberapa jenis ukuran, mulai dari ukuran 5 kg, 10 kg, 25 kg sampai ada yang 50 kg. saat ini pun bapak Muhtarom juga menyediakan kardus atau karton gula merah kelapa khusus untuk pengemasan luar kota seperti papua dan Kalimantan.

Berikut contoh pengemasan plastic dan karton atau kardus yang dimiliki Ud. Gula Nirwana:



Foto plastic kemasan 25 kg, 10kg, dan 5kg.



Foto karton isi 10 kg

Diambil pada hari Rabu, 4 Agustus 2021

Strategi pengembangan kualitas produk kategori pengemasan yang dilakukan oleh Ud. Gula Nirwana ini memberikan dampak maksimal bagi para konsumen khususnya bagi konsumen luar daerah maupun luar kota,

selain pengiriman yang aman, gul ayang berada di dalam karton juga dipastikan aman, tidak akan meleleh ketika terkena sinar matahari, jadi ketika pengiriman jauh barangnya akan sampai dengan kondisi baik.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kualitas produk merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang ditetapkan. Kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, tidak mudah rusak, dan terdapat jaminan kualitas. Selera konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus disesuaikan.

Dalam pengembangan suatu usaha diperlukan strategi pengembangan yang dilakukan oleh pemilik usaha, salah satunya yakni dengan pengembangan kualitas produk. Strategi sangat dibutuhkan untuk mengikuti selera konsumen, karena selera setiap konsumen itu berbeda, jadi pemilik usaha harus mengetahui selera konsumen seperti apa agar bisa disesuaikan dan bisa meningkatkan daya beli konsumen. Pengembangan dilakukan dengan berbagai cara yang sudah menjadi tujuan usaha tersebut dan dalam mencapainya diperlukan tahap strategi yang dilalui. Mulai dari modifikasi produk sampai dengan cara pemasaran yang baik agar produk itu semakin berkembang.

Kualitas produk menjadi faktor terpenting dalam meningkatkan daya beli konsumen, dimana produk tersebut harus mempunyai daya tahan penggunaan yang lama, meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, tidak mudah rusak, dan terdapat jaminan kualitas. Dengan adanya pengembangan kualitas produk bisa dapat menghadapi persaingan yang ada di pasar saat ini.

B. Saran

a. Untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Diharapkan tetap menjalin hubungan baik dan melakukan kerja sama dengan Usaha Gula Merah “Ud. Gula Nirwana” agar usaha ini bisa dikenal oleh konsumen secara luas. Selain itu, lebih memantau aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa dalam melakukan PPL agar semua berjalan dengan baik dan terdapat hubungan komunikasi yang kuat.

b. Untuk Tempat PPL

Diharapkan untuk terus meningkatkan strategi pengembangan yang telah dilakukan dan terus memberi inovasi dalam kualitas produk agar bisa meningkatkan daya beli konsumen.

c. Untuk Mahasiswa selaku Peserta PPL

Diharapkan melakukan observasi dan mendapat informasi secara efektif di tempat PPL guna menambah pengalaman dan wawasan yang telah didapatkan di perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi,Dwi Kus. 2015. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Surabaya: Fisip UPN.
- Boediono, Meilina, Sonata Christian, Dewi Mustikasari Immanuel. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(3) 92-93.
- Kasmir. 2005. Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana.
- Philip, Kotler. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhalindo.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. BERITA ACARA HARIAN INDIVIDUAL

**PPL JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN TULUNGAGUNG
GEKOMBANG II TAHUN 2021**

Pada tanggal 12 juli 2021 sampai dengan tanggal 13 agustus 2021 bertempat di Usaha produksi gula merah di Ud. Gula Nirwana Nglegok-Blitar, telah dilaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam IAIN Tulungagung Gelombang II tahun 2021 oleh mahasiswa dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Nur Riska Lutfina Aini

Nim : 12402183374

Jurusan : Ekonomi Syariah

No	Hari/Tanggal	Kegiatan
1.	Selasa,13 Juli 2021	Pembukaan PPL Gelombang II 2021
2.	Rabu,14 Juli 2021	-
3.	Kamis,15 Juli 2021	-
4.	Jumat,16 Juli 2021	-
5.	Sabtu, 17 Juli 2021	-
6.	Minggu,18 Juli 2021	Konsultasi judul dengan DPL

7.	Senin,19 Juli 2021	-
8.	Selasa,20 Juli 2021	Melakukan Observasi tahap 1, meliputi Survey lokasi
9.	Rabu,21 Juli 2021	Menyusun daftar wawancara ke tempat PPL
10.	Kamis,22 Juli 2021	Berkunjung ke tempat ppl dan melakukan wawancara
11.	Jumat, 23 Juli 2021	Mengamati kegiatan di lokasi PPL
12.	Sabtu,24 Juli 2021	Mengkaji hasil observasi dan wawancara
13.	Minggu, 25 Juli 2021	Mengkaji ulang hasil dari observasi
14.	Senin, 26 Juli 2021	Mulai mengerjakan laporan PPL
15.	Selasa, 27 Juli 2021	Mencari sumber referensi laporan
16.	Rabu, 28 Juli 2021	Mencari sumber referensi laporan
17.	Kamis, 29 Juli 2021	Menyusun Laporan PPL
18.	Jumat, 30 Juli 2021	Menyusun Laporan PPL
19.	Sabtu, 31 Juli 2021	Menyusun Laporan PPL
20.	Minggu, 1 Agustus 2021	Menyusun Laporan PPL
21.	Senin, 2 Agustus 2021	Menyusun Laporan PPL
22.	Selasa, 3 Agustus 2021	Berkunjung dan membuat dokumentasi di tempat PPL
23.	Rabu, 4 Agustus 2021	Meminta dokumentasi ke tempat ppl
24.	Kamis, 5 Agustus 2021	Menyusun Laporan PPL
25.	Jumat, 6 Agustus 2021	Menyusun laporan PPL
26.	Sabtu, 7 Agustus 2021	Meneliti ulang hasil laporan PPL
27.	Minggu, 8 Agustus 2021	Membuat video ditempat PPL

28.	Senin, 9 Agustus 2021	Membuat video ditempat PPL
29.	Selasa, 10 Agustus 2021	Mengedit video
30	Rabu, 11 Agustus 2021	Mengedit video
31	Kamis, 12 Agustus 2021	Berkunjung ke tempat PPL untuk berpamitan karena PPL telah selesai dan memberikan cinderamata
32	Jumat, 13 Agustus 2021	Meneliti ulang hasil laporan

Blitar, 7 Agustus 2021

Pemilik UD. Gula Nirwana

Muhtarom

BERITA ACARA KONSULTASI

Nama : Nur Riska Lutfina aini

NIM : 12402183374

Jurusan : Ekonomi Syariah

Dpl : Risdiana Himmati, M.Si

Tempat PPL : Ud. Gula Nirwana Nglegok-Blitar

Judul Laporan : Pengembangan Kualitas gula merah Ud. Gula Nirwana

No.	Hal Yang Dikonsultasikan	Catatan DPL	Paraf
1	Pengajuan Judul	Judul laporan PPL: Pengembangan Kualitas Gula merah Ud. Gula Nirwana	
2	Konsultasi isi laporan PPL	Konsultasi isi laporan PPL	
3	Konsultasi akhir laporan PPL	Konsultasi Essay PPL	

--	--	--	--

Tulungagung, 17 Agustus 2021

Risdiana Himmati, M.Si

NIP. 199310062019032024

DOKUMENTASI



Foto bersama pemimpin usaha
Dokumentasi wawancara dan di gudang penyimpanan



Foto bersama Karyawan Ud. Gula Nirwana



Foto Kegiatan ppl (di tempat pemrosesan Gula Merah)



Foto produk gula merah

Gula setelah selesai pengemasan dan gula yang sudah siap untuk dikirim





Sarana prasarana yang tersedia





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Mayor Sujadi Timur Nomor 46 Tulungagung – Jawa Timur 66221
Telepon (0355) 321513, 321656 Faximile (0355) 321656
Website : <http://febi.iain-tulungagung.ac.id>

No : B-2061/In.12/F.IV.3/PP.00.9/07/2021 02 Juli 2021
Lampiran : 1 lembar
Hal : Permohonan Izin Observasi PPL

Yth. Pemilik UD Gula Nirwana Desa Dayu, Nglegok, Blitar
di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung mengharap dengan hormat atas kesediaan Bpk/Ibu/Sdr. Untuk memberikan izin kepada mahasiswa kami dengan identitas sebagai berikut :

No.	Nama Mahasiswa	NIM	Jurusan
1	Rafida Romadhona	12405183297	Manajemen Bisnis Syariah
2	Nur Riska Lutfina Aini	12402183374	Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Observasi (*Research*) dalam rangka penyusunan tugas mata kuliah Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di lembaga yang Bpk/Ibu/Sdr. pimpin dengan Dosen Pembimbing : Risdiana Himmati, M.Si.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kesediaannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.
NIP. 19690131 200112 1 003

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

**FORM KESEDIAAN LEMBAGA/LOKASI PPL/MAGANG GEL.II
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAMIAIN TULUNGAGUNG
TAHUN 2021**

Nama Pemilik/Penanggung jawab : Muhtarom

Nama Lembaga : UD GULA MIRWANA

Alamat : Kambangan 2/3 Dayu Nglagak Blitar

No. Telp / HP : 081 334 449 550

Dengan ini memberikan izin kepada mahasiswa atas nama :

No.	Nama Mahasiswa	NIM	Jurusan
1	Nur Riska Lutfina Aini	12402183374	Ekonomi Sya
2			
3			

Untuk mengadakan Observasi (*Research*) dalam rangka penyusunan tugas mata kuliah Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Gelombang II Tahun 2021 yang akan dilaksanakan selama periode bulan Juli – Agustus Tahun 2021.

Blitar 30 Juli 2021



Muhtarom

Nangkula Park

Wisata Desa

Kendalbulur adalah sebuah nama desa di wilayah Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah kurang lebih 244,5 Ha, yang terdiri atas lahan pertanian dengan luas 221 Ha dan lahan perumahan dengan luas 23 Ha. Batas wilayah desa sebelah barat adalah Desa Gesikan, sebelah timur adalah Desa Boyolangu, sebelah utara adalah Desa Bono, dan sebelah selatan adalah Desa Ngranti. Wilayah ini sangat strategis karena jaraknya dari ibu kota kecamatan, kabupaten, dan provinsi tidak jauh.

Desa kendalbulur terdiri dari 3 dusun, yaitu Dusun Kendalbulur, Dusun Genting, dan Dusun Rongganan. Dan terdiri dari 7 Rukun Warga dan 22 Rukun Tetangga dengan jumlah penduduk 3.749 jiwa yang terdiri dari 1.177 KK. Di desa kendalbulur memiliki lembaga kemasyarakatan desa, yaitu LPM, RT/RW, PKK, Karang Taruna, dan Forum Anak Desa (FAD). Dan yang terbaru ada Lembaga Adat Desa.

Visi kedaulatan desa diatur dalam UU Desa No 6 Tahun 2014. Kedaulatan adalah Kewenangan untuk mengatur dan mengurus dirinya sendiri. Hal ini tampak tegas disebutkan dalam definisi desa menurut UU desa yaitu bahwa Desa dalam batas wilayahnya berubah warna untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan dan urusan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Di zaman sekarang terjadi perubahan paradigma yang dahulunya desa sebagai objek pembangunan dan sekarang desa sebagai subjek pembangunan. Pertama, pemberian kewenangan berdasarkan asas rekognisi dan subsidiaritas. Rekognisi berarti pengakuan dan penghormatan terhadap eksistensi desa. Sedangkan subsidiaritas berarti penggunaan kewenangan skala lokal. Kedua, kedudukan desa sebagai pemerintahan berbasis masyarakat, yaitu campuran dari komunitas yang mengatur dirinya sendiri dan pemerintahan lokal. Ketiga, desa berperan sebagai subjek pembangunan,

bukan lagi objek pembangunan. Artinya desa merupakan aktor utama dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan desa, termasuk pendirian dan pengembangan BUM Desa.

Hakekat dan tujuan pembangunan desa, yaitu meningkatkan kualitas hidup manusia, meningkatkan pelayanan publik di desa, penanggulangan kemiskinan, cara menjadikan masyarakat desa sebagai subjek pembangunan. Hakikat dan tujuan pembangunan desa tersebut dapat terlaksana melalui peningkatan pelayanan dasar, pembangunan dan pengembangan sarana dan prasarana desa, pengembangan potensi ekonomi lokal di desa, pemanfaatan sumberdaya alam dan lingkungan hidup berkelanjutan.

Percepatan pembangunan desa secara terpadu untuk mendorong transformasi sosial, budaya, dan ekonomi desa yang didukung dengan tata kelola pemerintahan yang baik melalui peningkatan kapasitas aparatur desa, pendampingan, peran serta masyarakat desa yang inklusif; penetapan batas desa; pengembangan desa wisata, desa digital dan produk unggulan desa dan kawasan perdesaan, pengembangan BUMDesa/BUMDes Bersama; peningkatan pelayanan dasar desa; optimalisasi pemanfaatan dana desa untuk mendorong kegiatan produktif, memberdayakan masyarakat desa termasuk membiayai pendampingan lokal desa; dan pembuatan peran kecamatan sebagai pusat perubahan dan pertumbuhan, serta pembinaan dan pengawasan desa.

Siklus perencanaan pembangunan desa dipengaruhi oleh visi dan misi kepala desa berupa perencanaan pembangunan, penyusunan RPJM Desa, penyusunan RKP Desa, pelaksanaan pembangunan, pemantauan dan pengawasan. Visi dan misi dari Kepala Desa Kendalbulur Bapak Anang Mustofa, SE yaitu pembangunan lapangan desa Kendalbulur menjadi prioritas pembangunan desa dengan konsep lapangan wisata untuk selanjutnya pengelolaan dan pengembangannya dilakukan oleh BUMDES dan menjadikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai lembaga yang mengelola produktivitas usaha masyarakat serta sebagai lembaga dalam meningkatkan pendapatan asli desa (PAD).

Desa Wisata

Pembangunan lapangan wisata sebagai program prioritas RPJM desa sebagai upaya peningkatan BUMDesa dan penambahan PADesa.

Struktur Pengurus BUMDes Larasati

Pengawas	1. M. Alfian Fuadi 2. Tri Andryana, S.Pd 3. Sucahyono
Komisaris/Penasehat	Anang Mustofa, SE (Kepala Desa)
Direktur	Suprihatin, S.Pd
Sekretaris	Dian Aulia Aswadi, S.I.Kom
Bendahara	Rian Nafiah, S.Pd
Manajer Unit Simpan Pinjam	Sri Heni
Manajer Unit Pertanian	Karjono
Manajer Unit Wisata Nangkula Park	Maksum

Ringkasan Anggaran Pembangunan

Pendanaan :

- | | | |
|-------------------------------|-----|-------------|
| 1. Dana Desa | Rp. | 407.000.000 |
| 2. Bantuan Keuangan Kabupaten | Rp. | 350.000.000 |

Pendapatan :

Total (Juli s/d Desember)	Rp.	2.167.230.600
---------------------------	-----	---------------

Presentase pendapatan dari wisata Nangkula Park, yaitu 20% dari parkir, 30% dari tiket masuk, 40% dari resto, vip room, catering, dan booth, dan yang 10% dari wahana mainan, kios bunga, dan studi banding.

Desa Digital

Sebagai upaya peningkatan pelayanan warga. Latar belakang perlunya digitalisasi desa karena transparansi publik, percepatan dan efisiensi pelayanan, dan pesatnya era revolusi industri 4.0. Di Indonesia sekarang ini 124% dari populasi warga negara Indonesia memakai smartphone sehingga Desa digital sangat perlu dilakukan. Visi dari desa digital adalah digitalisasi administrasi, pelayanan, ekonomi dan interaksi sosial.

Sedangkan misi dari desa digital adalah mewujudkan kemudahan pengerjaan administrasi dan pelayanan masyarakat desa, menyajikan kenyamanan interaksi administrasi, informasi dan komunikasi warga dalam satu genggam, dan menjadikan BUMDesa sebagai pengendali potensi ekonomi desa yang mampu meningkatkan pendapatan asli desa (PADes).

Potensi dari Desa Kendalbulur dalam desa digital, yaitu :

1. Letak desa strategis, karena berjarak kurang lebih 4 km dari pusat kota dan tidak ada kendala jaringan internet;
2. 200 lebih rumah warga sudah berlangganan jaringan internet;
3. 99% rumah warga memiliki gadget atau smartphone;
4. 21 Warkop free wi-fi, tempat mushola free wi-fi, dan 1 poskamling free wi-fi;
5. Kantor desa, sekolahan, poskesdes dan bumdes sudah free wi-fi;
6. Sumber daya manusia yang melek digital.

Digitalisasi desa yang sudah ada berupa SimpelDesa yang berbasis web terintegrasi android, yaitu :

1. Sistem Informasi Desa (SID)
2. Website Pemerintah Desa dan BUMDES
3. Sistem Keuangan Desa (SISKEUDES)
4. Desa Pintar (Aplikasi PC surat menyurat)

5. Aplikasi Pertanahan Letter C

Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Blitar

Menurut Peraturan Bupati Blitar No 56 Tahun 2016 menjelaskan tugas dari dinas tenaga kerja yaitu membantu bupati melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang diberikan kepada kabupaten di bidang ketenagakerjaan dan transmigrasi. Sedangkan fungsi dari dinas tenaga kerja, yaitu :

1. Perumusan kebijakan bidang ketenagakerjaan dan transmigrasi
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang ketenagakerjaan dan transmigrasi
3. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan
4. Pelaksanaan administrasi dinas
5. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati. Isu strategis ketenagakerjaan di Kabupaten Blitar, yaitu :
 1. Kualitas kompetensi tenaga kerja perlu ditingkatkan
 2. Kualifikasi tenaga kerja masih banyak yang belum bisa diterima oleh pasar kerja
 3. Ketersediaan informasi pasar kerja belum optimal
 4. Penerapan dan penegakan hukum norma Ketenagakerjaan belum optimal
 5. Konflik Ketenagakerjaan antara pengusaha dengan pekerja atau buruh

Proses bisnis dinas tenaga kerja ada tiga. Yang pertama manajemen berupa pengelolaan kinerja dan anggaran, kepatuhan internal, dan kepatuhan resiko. Yang kedua inti yaitu berupa meningkatkannya partisipasi angkatan kerja dan meningkatnya kondusifitas hubungan industrial. Dan yang ketiga adalah pendukung berupa perundang-undangan yang berlaku, SDM yang kompeten peraturan, perencanaan yang baik, dan ketersediaan sarana dan prasarana serta teknologi informasi. Tujuan dari proses bisnis ini adalah

meningkatkan kesempatan kerja dengan hasil penduduk yang bekerja dan manfaatnya adalah menurunnya tingkat pengangguran terbuka.

Jenis-jenis pelayanan publik, yaitu :

1. Rekomendasi izin pendirian Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) / Balai Latihan Kerja Luar Negeri (BLKLN)
2. Pencatatan sertifikat kerja atau sertifikat buruh
3. Pengesahan peraturan perusahaan
4. Pendaftaran perjanjian kerja bersama
5. Penyelesaian perselisihan hubungan industrial melalui mediator atau perantara hubungan industrial
6. Pelayanan perjanjian kerja paruh waktu tertentu
7. Pencatatan lembaga kerja bersama
8. Pelaporan jenis pekerjaan penunjang dalam pemborongan pekerjaan
9. Pendaftaran perjanjian pemborongan pekerjaan
10. Pendaftaran perjanjian penyediaan jasa pekerja atau buruh
11. Pencatatan perjanjian kerja dalam penyediaan jasa pekerja atau buruh
12. Penerbitan kartu pencari kerja
13. Penerbitan tanda daftar bursa kerja khusus
14. Penerbitan rekomendasi kantor cabang perusahaan penempatan pekerja migran Indonesia
15. Rekomendasi izin tempat penampungan calon pekerja migran Indonesia
16. Rekomendasi paspor calon pekerja migran Indonesia
17. Pelayanan informasi pasar kerja
18. Rekomendasi izin lembaga penempatan tenaga kerja swasta berskala Provinsi Jawa Timur
19. Rekomendasi izin lembaga penempatan tenaga kerja swasta berskala Kabupaten Blitar

20. Pelayanan permohonan Informasi Publik

Sistem dan mekanisme penempatan tenaga kerja. Setelah lulus dari pendidikan pencari kerja mencari kerja di bursa kerja berupa bursa kerja khusus, pemerintah, dan swasta. Setelah mendapatkan lowongan yang diinginkan maka pencari kerja melakukan lamaran pada perusahaan dan disesuaikan kualifikasi jabatan.

Program dari perluasan kesempatan kerja, yaitu :

1. Padat Karya produktif
2. Teknologi tepat guna
3. Wirausaha baru
4. Tenaga kerja Mandiri sektor informal
5. Pendampingan kelompok usaha mandiri.
6. Wirausaha baru
7. Tenaga kerja Mandiri sektor informal
8. Pendampingan kelompok usaha mandiri.

Tata kelola dan mekanisme bekerja ke luar negeri. Pencari kerja yang terdaftar pada CPMI DISNAKER merupakan layanan antar kerja, kartu AK 1, perjanjian penempatan, dan rekomendasi paspor. Setelah dari DISNAKER ke BLK disana mendapatkan pelatihan, kompetensi, sertifikat, dan proses dokumen (paspor dan visa negara). Lalu ke LTSA mendapatkan BPJS KK dan penandatanganan PK. Terakhir adalah keberangkatan negara penempatan.

Pelatihan Kewirausahaan

1. Pelatihan usaha, bantuan pelatihan kewirausahaan yang sesuai dengan potensi desa
2. Sarana atau modal, bantuan sarana atau modal yang dibutuhkan untuk memulai usaha
3. Pendampingan, pendampingan usaha oleh tenaga pendamping yang kompeten

4. Pemasaran, bantuan penyaluran produk-produk Lokal unggulan desa ke pasar yang lebih luas

Pelatihan berbasis kompetensi berdasarkan sikap, keterampilan, dan pengetahuan. Penempatan Transmigran

1. Pendaftaran dan seleksi, dinas tenaga kerja Kabupaten Blitar tahun 2023 ada 3 lokasi penempatan
2. Pelatihan calon transmigran, calon transmigran mendapat pelatihan dasar pertanian dan perkebunan
3. Fasilitasi penempatan, dokumen kependudukan dan perjalanan ke lokasi transmigran
4. Pelaksanaan penempatan, serah terima

transmigran Dampak Pandemi

1. Penempatan tenaga kerja ke luar negeri dihentikan
2. Penempatan tenaga kerja dalam negeri melalui Kegiatan job fair atau bursa kerja tidak bisa diselenggarakan
3. Perusahaan merumahkan karyawannya (mendapat bantuan sosial)
4. Penempatan transmigran ketiga lokasi yang dikawatirkan ditunda

Kebijakan Antisipasi Kedepan:

1. Penguatan koordinasi dalam rangka pengawasan kepulauan PMI dari luar negeri
2. Pemanfaatan teknologi informasi dalam pelayanan kepada masyarakat sehingga dapat mengurangi intensitas kotak langsung
3. Monitoring dan pembinaan kepada perusahaan, PPTKIS, LPKS, BKK, TKA di Kabupaten Blitar.

