

Pendampingan Usaha Oncom Dawuan Makanan Khas Kabupaten Subang Jawa Barat

^{1*} Opan Arifudin, ²Rahman Tanjung

¹Program Studi Ekonomi Syariah, STEI Al-Amar Subang

²Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, STIT Rakeyan Santang Karawang

*E-mail: opan.arifudin@yahoo.com

DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7522>

Naskah diterima 10 Juni 2020, Revisi 27 Juli 2020, Terbit 29 Oktober 2020

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. Salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Subang adalah Oncom Dawuan yang merupakan makanan khas Kabupaten Subang. Oncom Dawuan dirintis sejak 1960, sehingga merupakan usaha turun temurun. Namun masalah yang dihadapi oleh usaha ataupun industri kecil saat ini adalah pengelolaan industri dan pemasaran. Dengan pengabdian masyarakat terkait pendampingan UMKM pada jenis makanan tradisional Oncom Dawuan diharapkan dapat memberikan solusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Metode penyelesaian masalah yang digunakan berdasar pada pendekatan manajemen dalam strategi kemasan, meningkatkan hasil produksi dan memperluas hasil penjualan dengan 4 (empat) tahapan pelaksanaan program yaitu persiapan, implementasi kegiatan, monitoring dan evaluasi serta pelaporan. Program pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah dengan inovasi kemasan agar lebih menarik dan sesuai dengan aturan Dinas Kesehatan Kota Subang, peningkatan produksi dengan pendekatan manajemen dan perluasan pemasaran pada sosial media serta pasar modern

Kata Kunci : inovasi, produksi, pemasaran, oncom, Subang

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the most strategic national economic sector and involve the lives of many people so that it becomes the backbone of the National economy. One of the Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Subang Regency is Oncom Dawuan which is a typical food of Subang Regency. Oncom Dawuan was pioneered since 1960, so it is a hereditary effort. But the problem faced by businesses or small industries today is industrial management and marketing. With community service related to assisting MSMEs on traditional food types Oncom Dawuan is expected to provide solutions in improving community welfare. The problem solving method used is based on the management approach in the packaging strategy, increasing production results and expanding sales results with 4 (four) stages of program implementation, namely preparation, implementation of activities, monitoring and evaluation and reporting. The community service program carried out is with packaging innovation to make it more attractive and in accordance with the rules of the Subang City Health Office, increasing production with a management approach and marketing expansion on social media and modern markets.

Keywords: innovation, production, marketing, oncom, Subang

PENDAHULUAN

Desa Dawuan terletak di wilayah Kecamatan Dawuan Kabupaten Subang. Sejak dulu Desa Dawuan dikenal sebagai Desa pengrajin Oncom Dawuan. Makanan tradisional itu hampir 1 abad lamanya hadir di Kabupaten Subang. Sehingga pengrajin Oncom Dawuan merupakan usaha turun temurun. Sehingga Oncom Dawuan menjadi sebuah merk yang melekat pada Desa

Dawuan. Makanan tradisional Oncom Dawuan juga tersebar ke pasar-pasar di Subang.

Oncom Dawuan pertama kali dirintis sekitar tahun 1960-an. Kemungkinan, sejak dulu produksi kacang tanah di desa ini cukup melimpah. Kemudahan bahan dasar kacang tanah ini menjadi daya tarik warga Dawuan untuk mengembangkan usaha keluarga selain pertanian padi. Memproduksi Oncom Dawuan sebenarnya

tidak terlalu sulit. Jenis oncom yang dibuat warga Dawuan ini terdiri atas oncom kacang atau lazim disebut oncom asli dan oncom dadut dengan bahan campuran kacang dan ampas tahu. Proses pembuatannya rata-rata dua hari dengan bantuan ragi dan pengolahan sederhana melalui kompor minyak tanah. Bambu juga digunakan sebagai bahan sasag atau dasar/alas tempat meletakkan oncom, sedangkan minyak tanah untuk proses penanakannya.

Untuk pengadaan bahan baku, para produsen oncom dawuan ini mengandalkan Pasar Inpres di Kota Subang untuk kacang tanah dan di daerah Kopti Kota Subang untuk ampas tahu. Rata-rata untuk satu produsen perhari dibutuhkan bahan baku sebanyak 5 kwintal, dengan harga kacang tanah rata-rata Rp 10.000/kg. Berdasarkan data dari pengrajin biasanya dari 100 kg kacang tanah bisa menghasilkan minyak kacang sebesar 20 kg.

Saat ini, trend Oncom Dawuan dirasakan produsen oncom dirasakan menurun. Penurunan ini ditandai dengan makin sedikitnya pembeli dibanding 5 atau 10 tahun lalu. Kondisi eksisting mitra saat ini, secara garis besar yakni : (1) tempat pemasaran yang sangat minim; (2) rendahnya pengetahuan untuk memasarkan produk akibat ketidakmampuan memahami dunia teknologi dapat menghambat kemajuan usaha, (3) minimnya pengetahuan akan pemanfaatan manajemen dalam proses produksi, (4) selera makan masyarakat yang cenderung beralih ke menu orang kota (5) berkurangnya arus kendaraan yang melewati ruas jalan Subang-Kalijati-Jakarta karena orang-orang dari arah barat (Jakarta) menuju Bandung kini lebih suka menggunakan jalan tol. Pemasaran oncom Dawuan masih sederhana dengan membuat outlet sederhana di rumah untuk melayani pembeli yang datang selain menjualnya langsung ke pasar-pasar.

Inovasi merupakan salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Inovasi menurut Sari (2015) selalu menjadi kunci keberhasilan dan kesuksesan suatu usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan abon jantung pisang. Inovasi merupakan langkah dari strategi pemasaran sebuah produk yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi. Menurut Arifudin (2020) perkembangan dalam dunia usaha di Indonesia saat ini yang semakin cepat dan pesat berakibat juga pada perubahan budaya. Sehingga organisasi dituntut untuk mempunyai budaya

yang membedakan dengan organisasi lain yang sejenis.

Berdasar pendapat Shepherd (2010), inovasi tidak hanya terbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Menurut Layaman (2016), salah satu faktor produksi yaitu modal memainkan peranan penting dalam produksi, karena produksi tanpa modal akan menjadi sulit dikerjakan. Modal menempati posisi penting dalam proses pembangunan ekonomi maupun dalam penciptaan lapangan kerja. Selain meningkatkan produksi, *employment* juga akan meningkat jika barang-barang modal seperti bangunan dan mesin diproduksi dan jika kemudian digunakan untuk proses produksi lebih lanjut. Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dalam mencapai tujuan perusahaan (Tambajong, 2013).

Dalam upaya menghadapi kelemahan dalam pengemasan, minimnya hasil produksi dan ketiadaan industri yang dapat menyerap hasil dari UMKM Oncom Dawuan dibutuhkan inovasi kemasan, peningkatan hasil produksi dan perluasan pemasaran usaha Oncom Dawuan dapat bersaing dengan panganan dari perusahaan besar dan terus eksis sebagai makanan tradisional ditengah berjamurnya makanan luar negeri yang ada di Indonesia.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berupaya membantu pengembangan usaha Oncom Dawuan. Pengabdian masyarakat merupakan tridharma yang harus dilakukan oleh seorang dosen. Oleh karena itu, kegiatan ini dilakukan dalam upaya mendampingi usaha Oncom Dawuan. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu memperbaiki kemasan produk Oncom Dawuan dengan membuat kemasan didesain sesuai dengan standar yang telah ditetapkan Dinas Kesehatan dan agar lebih menarik serta menerapkan manajemen pada proses produksi.

METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam mendampingi UMKM Oncom Dawuan dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program pengabdian masyarakat, yaitu tahapan awal, tahapan implementasi kegiatan, tahapan monitoring dan evaluasi, serta tahapan pelaporan.

Tahapan awal yakni terbagi menjadi 3 aspek yakni (1) menyiapkan data-data yang dibutuhkan terkait UMKM Oncom Dawuan. Hal ini dibutuhkan untuk memastikan pendampingan seperti apa yang tepat dengan juga melihat kultur di Desa yang bersangkutan sebagai pertimbangan dalam proses pendampingan; (2) menyiapkan program-program pengabdian masyarakat untuk di sosialisasikan dengan design utama adalah pembuatan kemasan baru dan peningkatan produksi Oncom Dawuan; (3) menyiapkan peralatan, sarana-prasarana pendukung untuk pelaksanaan program dan formula strategi pelaksanaan program secara tahap demi tahap berdasarkan prioritas program pendampingan .

Tahapan implementasi kegiatan dilakukan diawali dengan mengemukakan strategi proses pelaksanaan program pendampingan UMKM Oncom Dawuan untuk menerapkan pola manajemen terhadap mitra sehingga diharapkan memberikan dampak dan perubahan terhadap mitra sasaran program sesuai dengan tujuan pengabdian. Tahapan selanjutnya yaitu melakukan komunikasi dengan mitra terkait keaktifan, peran dan kontribusi mitra sasaran pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Data kuantitatif ini merupakan referensi yang terus dipantau oleh Dosen pengabdian yang dihasilkan pada mitra sasaran sebagai data hasil kegiatan, baik data secara kuantitatif (misalnya jumlah produksi, jumlah omzet, jumlah kader masyarakat, luasan lahan, jumlah tanaman) maupun data kualitatif (misalnya kualitas produk, jenis produk, diversifikasi produk, perubahan perilaku masyarakat, keberadaan manajemen usaha/manajemen sosial dan sebagainya).

Proses monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program dilakukan setiap minggu dalam 3 (tiga) bulan masa pengabdian masyarakat. Tahap terakhir dilakukan dengan melaporkan semua proses rangkaian kegiatan pengabdian dan output dari kegiatan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilaksanakan observasi ke lokasi mitra dan wawancara dengan pemilik usaha. Dari hasil observasi dan wawancara dengan mitra ditemukan permasalahan yang dialami oleh mitra yakni mitra tidak memiliki kemasan yang memadai untuk dijual lebih luas. Permasalahan ini perlu diatasi agar usaha mitra dapat lebih berkembang lagi. Berdasarkan permasalahan yang ditemui di atas maka solusi

yang ditawarkan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Oncom Dawuan sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini terbagi pada aspek produksi dan pemasaran produk.

Solusi aspek produksi yang ditawarkan oleh pendamping dalam pengabdian ini adalah memperbaiki kemasan produk Oncom Dawuan dengan membuat kemasan didesain sesuai dengan standar yang telah ditetapkan Dinas Kesehatan dan agar lebih menarik dan menerapkan manajemen pada proses produksi. Sementara itu, solusi dari permasalahan pemasaran yang ditawarkan adalah memperluas pemasaran ke pasar modern dan pemasaran secara online dengan media sosial maupun pada platform penjualan online.

Tahap Implementasi

Pada tahapan implementasi kegiatan yang adalah dengan melakukan desain kemasan yang lebih baik dari sebelumnya. Kemasan didesain sesuai syarat yang telah ditetapkan oleh Dinas Kesehatan Kota Subang yaitu minimal memuat nama pangan, merk, netto/berat bersih, komposisi, tanggal kadaluarsa, kode produksi, nama dan alamat IRTP (minimal kabupaten, Indonesia, kode pos), nomor PIRT, serta tidak mencantumkan klaim kesehatan atau klaim gizi. Kemasan produk didesain sesuai produk Oncom Dawuan yang dibuat.



Gambar 1 Desain Kemasan Produk Oncom Dawuan.

Implementasi kegiatan selanjutnya adalah pemasaran. Mitra didampingi tim pengabdian mengembangkan pemasaran melalui dua cara pemasaran yakni (1) pengembangan pemasaran ke pasar modern dan (2) pemasaran secara

online.

Saat ini banyak konsumen yang memilih berbelanja di pasar modern. Pengembangan pemasaran ditargetkan dapat menembus ke toko-toko yang lebih besar (toko modern). Mitra didampingi tim pengabdian melakukan survey ke beberapa toko, minimarket dan supermarket untuk dapat memperluas pemasaran. Toko-toko modern tersebut memiliki beberapa standar produk yang dapat dijual ditokonya. Minimal produk telah memiliki sertifikat PIRT yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan setempat. Mitra perlu didampingi dalam memperkenalkan produknya ke toko-toko modern karena keterbatasan pengetahuan dan kurangnya pengalaman mitra membuat mitra merasa kurang percaya diri untuk memasarkan produknya ke toko-toko besar yakni supermarket. Beberapa minimarket telah menerima produk Oncom Dawuan untuk dipasarkan disana. Sebagian masih proses penyeleksian oleh toko.

Website dan media sosial lainnya seperti facebook dan Instagram atau platform penjualan online dapat digunakan sebagai tempat promosi dan transaksi jual beli. Tim pengabdian masyarakat mendampingi mitra dalam menggunakan sosial media untuk memasarkan produknya. Mitra memerlukan pelatihan dan pendampingan secara terus menerus. Keterbatasan ibu-ibu mitra dalam menggunakan teknologi menyulitkan mitra dalam menjual produk secara online. Mitra terus berlatih untuk menggunakan sosial media untuk berjualan online.



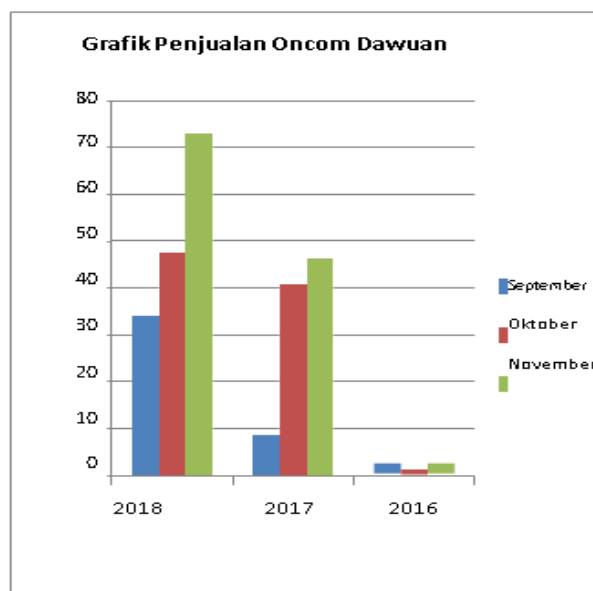
Gambar 2. Sosialisasi Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran Oncom Dawuan

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan terhadap dua aspek, yaitu : Aspek Produksi dan Aspek Pemasaran. Pada aspek produksi, kelayakan proses produksi telah mendapatkan jaminan dari Dinas Kesehatan Kota

Subang. Berdasar data terkait P-IRT makanan tradisional Oncom Dawuan mendapatkannya tanggal 18 September 2018 melalui penerbitan Surat Keputusan Kepala Dinas Kesehatan Kota Subang tentang Pemenuhan Komitmen Sertifikat Nomor Pangan Industri Rumah Tangga “Oncom Dawuan”. Nomor P-IRT tersebut berlaku hingga 28 September 2022.

Pada aspek pemasaran, dilihat dari segi jumlah telah mengalami peningkatan penjualan. Grafik berikut ini memberikan rekapitan penjualan Oncom Dawuan pada bulan September hingga November dari tahun 2016 sampai dengan 2018. Dampak dari program pengabdian masyarakat dengan program pendampingan UMKM Oncom Dawuan adalah peningkatan penjualan dari produksi berdasar data setiap bulan dengan rentang waktu pendampingan selama 3 (tiga) bulan dari bulan September sampai November tahun 2018.



Gambar 3. Pertumbuhan Penjualan Oncom Dawuan

Setiap tahapan kegiatan pengabdian telah dilaksanakan sesuai dengan rencana awal kegiatan. Output dari kegiatan juga telah sesuai dengan rencana. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan mitra, kegiatan pengabdian ini juga telah memberikan manfaat yang besar bagi mitra. Hal ini terbukti dengan pemasaran yang semakin luas dan peningkatan omset penjualan setiap harinya.

Terdapat beberapa hal yang menjadi kendala dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, yaitu: (1) sulitnya mencari waktu untuk melatih mitra pemasaran online, karena mitra rata-rata adalah ibu rumah tangga; (2) kondisi mitra yang merupakan ibu-ibu rumah tangga yang tidak

akrab dengan teknologi membutuhkan waktu yang cukup lama untuk melatih kemampuan mitra menggunakan website dan media social; (3) kurangnya kepercayaan diri mitra untuk memperluas produknya ke pasar-pasar modern.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat adalah melalui pendampingan UMKM Oncom Dawuan telah berdampak positif kepada mitra. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah produksi dan hasil penjualan. Program pendampingan UMKM Oncom Dawuan Kabupaten Subang Jawa Barat, menghasilkan perubahan yang dialami oleh mitra dalam aspek inovasi kemasan dan perluasan pasar Oncom Dawuan.

Rekomendasi yang bisa diberikan atas pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah diperlukannya konsistensi dalam menjalankan usaha dan dibutuhkan pendekatan manajemen yang konsisten sehingga perbaikan bukan saat pendampingan saja tetapi juga menjadi budaya baru UMKM Oncom Dawuan.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa kerjasama dan bantuan berbagai pihak sangat membantu dalam menyelesaikan pengabdian masyarakat ini. Oleh sebab itu, di dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada :

1. Bapak Juhadi, S.Kom, M.Si selaku ketua STEI Al-Amar Subang sebagai penyanggah dana pengabdian masyarakat.
2. Bapak Drs. H. Suhendar, SE, S.AP, M.Sc, MH selaku ketua STIT Rakeyansantang Karawang sebagai penyanggah dana pengabdian masyarakat
3. Ketua LP3M STEI Al-Amar Subang
4. Ketua LP3M STIT Rakeyansantang Karawang

5. Bapak H. Oman, selaku pemilik UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, O. 2019. *Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM)*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi). Vol 3(2). 184–190 pp.
- Arifudin, O. 2020. *Analisis Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Karyawan Bank Swasta Nasional Di Kota Bandung*. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi & Akuntansi). Vol 4 (1). 73–87 pp.
- Arifudin, O. 2020. *PKM Pembuatan Kemasan dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat*. Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol 3 (2). 20–28 pp.
- Kotler, P. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Layaman, N. 2016. *Strategi Meningkatkan Produksi UMKM di Kabupaten Cirebon Melalui Efektivitas Persediaan Bahan Baku dan Modal Usaha*. Jurnal AL-Mustashfa Vol 4 (2).
- Sari, S. W. 2015. *Pendampingan Pengembangan Geblek Pedas pada Wirausaha Pembuatan Geblek Dusun Dusun Balong V, Desa Banjarsari, Kecamatan Samigaluh, Kulon Progo, Yogyakarta*. Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan. Vol 4.
- Shepherd, P.K.A. 2010. *Innovation Management*. New Jersey: Pearson Education. Inc.
- Tambajong, G. 2013. *Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado*. Jurnal EMBA. Vol 1.