

# Pemberdayaan Usaha Kecil Sambal Oncang Dapur Umi Kabupaten Kuningan, Jawa Barat Melalui Program Community Development

Danang Yudha Prakasa<sup>a</sup> Anthony Jaya<sup>b</sup> Darrell Jesse Gunawan<sup>c</sup> Giand Dzaki Ginandjar<sup>d</sup> Sherry Veronica<sup>e</sup> Vivianti Kwee<sup>f</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya

<sup>b</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Prasetiya Mulya

<sup>c</sup>Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya

<sup>d</sup>Program Studi *Branding*, Universitas Prasetiya Mulya

<sup>e</sup>Program Studi Ekonomi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya

<sup>f</sup>Program Studi Teknologi Pangan, Universitas Prasetiya Mulya

## ABSTRAK

*Community Development* merupakan program Kuliah Kerja Nyata berbasis kewirausahaan bagi mahasiswa-mahasiswi semester enam Universitas Prasetiya Mulya yang dilaksanakan setiap tahun. Pada tahun 2020, program ini bekerja sama dengan kabupaten Cianjur dan Kuningan sebagai bentuk pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat luas dalam mengembangkan usaha UMKM. Sambal puruluk adalah sambal khas Kuningan yang terbuat dari onchang (bawang daun) yang tumbuh di gunung Ciremai. Kata puruluk sendiri berasal dari bahasa Sunda yang berarti tabur. Sambal tabur onchang merupakan salah satu produk mitra di desa Cisantana yang dikelola oleh Bapak Budi Hartoni. Hambatan terbesar yang dialami oleh mitra adalah produksi yang tidak stabil karena biaya bahan baku yang fluktuatif. Solusi yang diberikan yaitu melakukan penghitungan ulang terhadap harga pokok produksi dan merubah kemasan produk dari kuantitas isi dan desain. Melalui metode analisa sensitivitas harga bahan baku, mitra dapat mengetahui kapan produksi dapat berjalan dan kapan harus berhenti sementara karena fluktuasi harga sehingga operasional usaha dapat berjalan secara lebih stabil.

## INFORMASI ARTIKEL

Diterima 15 Januari 2022

Dipublikasi 31 Maret 2022

## KATA KUNCI

Harga pokok produksi, produksi, UMKM.

## 1. Pendahuluan

Kunjungan wisatawan ke Kabupaten Kuningan, Jawa Barat secara konsisten mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 tercatat ada 4.002.124 orang. Jumlah ini meningkat dibanding tahun 2017 yaitu sebesar 3.071.635 orang. Drs. Jaka Chaerul selaku Kadisporapar Kuningan melalui Kasi Promosi dan Informasi menyebutkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan itu merupakan gabungan dari jumlah pengunjung objek wisata, hotel, dan rumah makan. Untuk objek wisata ada 2.147.577 orang, hotel 296.904 orang, dan rumah makan 155.714. Dari jumlah tersebut ada 529 turis asing yang datang ke

KONTAK: Danang Yudha Prakasa  [danang.yudha@pmba.ac.id](mailto:danang.yudha@pmba.ac.id);  Jl. R.A. Kartini, RT.14/RW.6, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430, Indonesia.

©Diterbitkan oleh Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Ahmad Dahlan. INTERVENSI KOMUNITAS adalah jurnal berbasis akses terbuka yang dikhususkan bagi artikel ilmiah hasil pengabdian masyarakat. Artikel ilmiah yang diterbitkan mencakup seluruh bidang pengabdian masyarakat, baik ekonomi, manajemen, sosial, humaniora, dan teknologi. Terbit dua kali dalam satu tahun.

Kuningan. Kunjungan wisatawan ke Kuningan dipengaruhi oleh faktor jalan Tol Cipali, banyak objek wisata baru, dan penataan dari pihak pengelola (Mustawan, 2019). Berdasarkan data yang berada di Disporapar, jumlah rumah makan sebanyak 55 tempat, 52 hotel, dan 55 objek wisata. Objek wisata yang bertambah mendorong masyarakat setempat untuk mengembangkan usaha makanan khas yang sebelum industry pariwisata berkembang, tergolong kurang diminati. Permintaan berbagai jenis oleh-oleh Kabupaten Kuningan semakin meningkat, seiring dengan pemerintah daerah gencar melakukan promosi terkait usaha pariwisata (Wisnubrata, 2011). Perkembangan usaha pariwisata Kabupaten Kuningan dapat menciptakan dunia usaha baru untuk membangun ekonomi masyarakat.

Cisantana adalah sebuah desa di Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan, yang terletak dibawah kaki Gunung Ciremai dengan ketinggian 750-1.200 mdpl. Cisantana merupakan salah satu desa agraris dengan kekayaan alam yang melimpah, air bersih dan ladang pertanian yang luas, dengan luas wilayah sekitar 1.199.500 Ha. Lahan pertanian khususnya di Kecamatan Cigugur jika dibandingkan kecamatan lain di Kabupaten Kuningan memiliki komoditas pangan yang berlimpah seperti bawang merah, bawang daun, kentang, kubis, petsai/sawi, wortel, cabe rawit, cabe besar, tomat, dan buncis. Dengan iklim yang menyejukkan dan tanah yang subur, Cisantana memiliki potensi wisata yang besar. Mayoritas dari warga UMKM Cisantana pun memahami hal tersebut sehingga usaha makanan atau oleh-oleh khas Kuningan mulai berkembang.

Oncang atau bawang daun adalah sebuah komoditas tanaman pangan yang tumbuh subur di desa Cisantana. Bawang daun merupakan sebuah tanaman yang cocok ditanam di dataran tinggi. Tanaman ini disebut bawang daun karena hanya bagian daun dari tanaman ini yang dapat dikonsumsi. Bawang daun dapat digunakan sebagai bumbu penyedap masakan. Di Asia, penggunaan bawang daun dapat ditemukan pada berbagai masakan khas Jepang, Korea, dan Tiongkok. Selain itu, bawang daun juga dapat digunakan sebagai bahan pengobatan. Bentuk bawang daun dibedakan atas dua macam, yaitu bulat panjang di dalamnya berlubang seperti pipa dan panjang pipih tidak berlubang. Ukuran panjang daun sangat bervariasi, antara 18 cm-40 cm tergantung pada jenis varietas. Daun berwarna hijau muda sampai hijau tua dengan permukaan daun halus. Daun tanaman bawang daun merupakan bagian tanaman yang dikonsumsi (dimakan) sebagai bumbu atau penyedap sayuran dan memiliki rasa agak pedas. Bawang daun memiliki aroma yang khas dan rasa yang lebih ringan dibandingkan bawang merah atau bawang putih.

Budi Hartoni merupakan salah satu pelaku usaha makanan khas Kuningan yang baru berkembang. Beliau adalah pemilik merek "Dapur Umi" yang menawarkan produk sambal tabur onchang sejak tahun 2018. Sambal tabur onchang adalah sambal puruluk berbahan dasar onchang yang digunakan sebagai pelengkap makanan sehari-hari. Kata puruluk berasal dari bahasa Sunda yang berarti tabur. Di Kuningan, makanan ini bukanlah hal yang baru, warga lokal Cisantana sering menggunakannya sebagai makanan pendamping yang ditaburkan pada nasi atau mie. Usaha ini memiliki potensi pengembangan di Kuningan, namun masih sulit untuk dijalankan karena fluktuasi harga bahan baku yang membuat penjual mengalami kesulitan mendapatkan keuntungan. Musim kemarau sangat tidak bersahabat dengan pedagang onchang yang mengakibatkan harga mengalami fluktuasi sangat tinggi. Pada musim ini, Dapur Umi tidak menjalankan proses produksi untuk sementara waktu karena tidak memiliki modal yang cukup untuk melakukan produksi karena tingginya harga bahan baku.

## 2. Metode dan Pendekatan

Aktifitas pengembangan masyarakat yang masuk ke dalam lingkup program pengembangan masyarakat PHM antara lain pemetaan kebutuhan dan potensi, perencanaan, implementasi, monitoring dan evaluasi yang bersinergi dengan berbagai *stakeholder* terkait, di antaranya pemerintah setempat, lembaga non pemerintah hingga perusahaan lain untuk bersama-sama mengatasi permasalahan dan mengembangkan potensi lokal sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Desa Sungai Bawang. Rincian tahap-tahap proses pelaksanaan Program Pengembangan Desa Budaya Sungai Bawang dalam memberdayakan masyarakat pengrajin yang dilakukan oleh PHM antara lain sebagai berikut.

Penanganan Biaya Bahan Baku yang Fluktuatif. Artikel “*Dynamic Pricing and Inventory Management Under Fluctuating Procurement Cost*” oleh Guang Xiao, Nan Yang, Renyu Zhang (2015) mempelajari mengenai penetapan harga dan inventarisasi produk dalam memperoleh bahan baku dengan biaya yang fluktuatif. Analisis mereka menawarkan wawasan unik dimana dalam kondisi ringan, perusahaan dapat menerima keuntungan lebih tinggi dari fluktuasi bahan baku, apabila didorong oleh pengambil keputusan yang benar pada waktu yang tepat. Jurnal ini mencirikan bagaimana perusahaan harus menyesuaikan harga produk dan memilih bahan baku sesuai dengan fluktuasi yang terjadi. Jurnal ini sangat berkorelasi dengan Dapur Umi yang sedang mengalami permasalahan fluktuasi bahan baku. Berdasarkan analisis jurnal, kami membuat perencanaan perubahan harga produk dan analisis mendalam terhadap waktu yang tepat mitra dapat membeli bahan baku.

Selain itu, “*First-Year Summer Project: Pricing and Inventory Management Under Fluctuating Cost*” juga menjadi referensi yang membahas mengenai penyebab harga fluktuatif komoditas beserta dengan upaya yang dapat dilakukan oleh pengusaha (Zhang, 2012). Naik turunnya harga bahan baku terutama didorong oleh penawaran dan permintaan (Sebastian dan Maessen, 2010). Gangguan dalam persediaan secara alami akan menimbulkan kenaikan harga yang drastis. Contohnya seperti kejadian alam, perubahan pemerintahan, kapasitas inventaris, dan sebagainya. Mempelajari hal tersebut, perusahaan dapat melakukan beberapa upaya untuk mengelola risiko fluktuasi harga, dari manajemen inventori, pembuatan kontrak dan alokasi biaya terhadap konsumen. Dalam menghadapi fluktuasi harga yang cepat, hal pertama yang harus dilakukan perusahaan adalah tidak menetapkan harga atau kontrak pembelian bahan baku yang kaku (Sebastian dan Maessen, 2010). Kontrak jangka panjang sangat tidak efisien dalam pasar yang fluktuatif, melainkan kerjasama jangka pendek. Dengan ini, penekanan strategi diperlukan, untuk merubah harga produk yang tidak lagi menguntungkan dalam fluktuasi, dan melakukan kerjasama dengan penyedia bahan baku dalam kuantitas kecil.

Penentuan Mark-Up Produk. Dengan penetapan strategi untuk merubah harga produk, jurnal “*Mark-Up Pricing, Market Structure and The Business Cycle*” oleh (Martins dkk, 1996) dipilih sebagai acuan. Jurnal ini mempelajari mengenai estimasi *mark-up* berbagai industri pada sejumlah negara untuk lebih dari 20 tahun. Berdasarkan analisis tersebut, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mengambil keputusan *mark-up*. Pertama, perusahaan harus mempelajari dengan baik karakteristik dari industri tersebut. Kedua, menyadari bahwa *mark-up* bukanlah keuntungan bersih, masih ada biaya lainnya yang tidak terhitung seperti biaya tenaga kerja. Ketiga, mengetahui bahwa *mark-up* memiliki potensi bias akibat biaya hangus atau keinginan pengembalian yang tinggi. Keempat, mengingat bahwa *mark-up* hanya merupakan salah satu cara menentukan harga dan harus didukung bukti sebelum menarik keyakinan. Terakhir, bukti empiris *mark-up* memiliki implikasi substansial pada analisis interaksi makrostruktur. Berdasarkan studi tersebut, sektor industri ‘*food products*’ memiliki rata-rata *mark-up* 1.07 hingga 1.35 di berbagai negara.

Pengaruh Pengemasan Terhadap Konsumen. Pengertian kemasan sangat bervariasi mulai dari pengertian yang sederhana hingga pengertian yang lebih luas. Kemasan adalah atribut yang berhubungan dengan produk tetapi tidak merupakan bagian dari fisik produk itu sendiri (Olson dan Jacoby, 1972). Berbeda dari definisi ini, (Arens, 1996) menjelaskan bahwa kemasan adalah wadah produk yang meliputi penampilan fisik wadah tersebut, termasuk desain, warna, pelabelan, bentuk, dan bahan yang digunakan. (Kotler, 2009) menyatakan bahwa kemasan adalah semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk produk. Adapun unsur-unsur kemasan menurut Philip (Kotler, 2009) adalah ukuran, warna, bahan, bentuk, gambar, tanda merek dan label. Peneliti lain menyatakan bahwa kemasan dapat diartikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang berada di dalamnya serta dapat memberikan citra tertentu pula untuk membujuk penggunaannya.

Alasan utama sebuah produk perlu diberi kemasan, yaitu untuk keamanan produk yang dipasarkan, untuk membedakan dari produk pesaing dan untuk meningkatkan penjualan sehingga kemasan harus dibuat menarik dan unik. Ada tiga fungsi sebuah kemasan. Fungsi pertama dari sebuah kemasan adalah sebagai pelindung produk, kemasan melindungi produk dalam proses distribusi dari produsen

ke konsumen. Fungsi yang kedua suatu kemasan adalah memberikan kemudahan penggunaan produk, misalnya membantu konsumen dalam membuka, menutup, atau membawa produk. Fungsi yang terakhir adalah kemasan sebagai media program pemasaran perusahaan, melalui kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif, sehingga produk dapat dibedakan dari produk pesaing. Beberapa kemasan dapat menjadi daya tarik sendiri dan ciri khas tersendiri dalam penjualan sehingga sekaligus menjadi media promosi. Dengan semakin meningkatnya persaingan mendorong perusahaan untuk berlomba mendesain kemasan. Oleh sebab itu suatu kemasan harus dibuat semenarik dan seaman mungkin untuk memikat banyak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk sehingga para konsumen bersedia membayar lebih tinggi hanya untuk mendapatkan kemasan khusus (Darmawan, 2008). Dapur Umi dalam mengubah kemasan selain agar margin keuntungan lebih tinggi daripada sebelumnya, juga mengganti kemasan *food-grade* dan *air tight* agar kualitas produk tetap terjaga serta desain kemasan agar lebih menarik dan memiliki daya jual di pasar. Kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Pengaruh kemasan dalam hal ini adalah warna, bentuk, logo/merek, ilustrasi gambar, tipografi (teks pada kemasan) dan tata letak pada variabel dependen yaitu minat beli konsumen produk UKM Putri Bakery. Warna, tipografi, bentuk dan gambar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan membeli produk makanan ringan.

Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Pengembangan adalah setiap usaha untuk melakukan perbaikan pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan memberikan informasi, mempengaruhi sikap atau menambah kecakapan. Sedangkan Cushway Barry, mendefinisikan pengembangan sebagai pemberian individu pengetahuan, keahlian dan pengalaman yang perlu supaya mereka dapat melaksanakan peranan dan tanggung jawab yang lebih besar dan lebih menuntut kemampuan mereka. Dalam masa pendampingan ini, kami berupaya untuk melakukan pengembangan terhadap usaha Bapak Budi, selaku pemilik Dapur Umi, dengan menggunakan teori pengembangan usaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus meliputi berbagai aspek, antara lainnya: a) Peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, disamping teknologi, manajemen dan segi lainnya; b) Peningkatan akses pasar, yang meliputi suatu spectrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha hingga informasi pasar, bantuan produksi, serta sarana dan prasarana pemasaran. Khususnya bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana mendasar akan sangat membantu adalah sarana perhubungan; c) Pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting. Namun, bersamaan juga perlu ditanamkan semangat jiwa wirausaha; d) Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar sangatlah penting, hal tersebut harus disertai dengan pengendalian agar proses berjalannya pasar tidak keluar dari apa yang diinginkan yang nantinya justru menghambat kesenjangan. Untuk itu diperlukan intervensi-intervensi yang tepat dan tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas, tetapi tetap menjamin terjadinya pemerataan sosial (*social equity*); e) Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis dan telah terbukti berhasil bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Pelaksanaan pendampingan usaha mikro melalui program *Community Development* dilakukan dalam tiga tahapan utama yaitu mengumpulkan data awal dari pemilik usaha melalui wawancara dan observasi, pengembangan alternatif solusi untuk penyelesaian masalah, dan mengukur dampak/hasil implementasi solusi. Dalam prosesnya mahasiswa akan melaksanakan *live-in* Bersama mitra usaha mikro selama satu bulan penuh dan kemudian dilakukan pendampingan berkala selama lima bulan berikutnya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Dalam pemetaan awal terhadap posisi usaha Dapur Umi, ditemukan bahwa Dapur Umi bukan *first mover* dalam pasar sambal puruluk, sehingga daya saing Dapur Umi masih kalah dengan kompetitor lain yang merupakan *market leader* dalam pasar ini. pasar sambal puruluk memiliki *low barriers to entry*. Hal ini dikarenakan produk sambal puruluk sangatlah mudah untuk ditiru dan tidak

membutuhkan modal yang besar. Oleh karena itu, ancaman munculnya pesaing baru dalam pasar sambal puruluk sangatlah besar dan dapat mengancam daya saing Dapur Umi. Analisis awal tentang Dapur Umi dirangkum dalam analisis SWOT Tabel 1.

Tabel 1. Analisis SWOT Dapur Umi

<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak menggunakan bahan pengawet</li> <li>• Memiliki nilai sosial untuk mendukung petani oncamp</li> <li>• Memiliki konsinyasi yang terpercaya</li> <li>• Me</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya bahan baku yang fluktuatif</li> <li>• Masa kadaluarsa produk yang pendek</li> <li>• Margin keuntungan yang rendah</li> <li>• Kemasan yang kurang berkualitas</li> </ul>
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat potensi inovasi produk</li> <li>• Adanya peluang memasarkan produk secara <i>online</i> dan di luar Kuningan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat kompetitor yang telah menjadi <i>market leader</i> di kategori sambal puruluk</li> <li>• Produk mudah ditiru</li> </ul>

Sumber: data diolah, 2021

Tentang perhitungan harga produksi, kelompok mahasiswa dan dosen pendamping berbagi bagaimana cara menghitung Harga Pokok Produksi HPP dengan baik dan benar. Harga pokok produksi (HPP) untuk satu kemasan sambal tabur oncamp ditemukan berkisar antara Rp 8.000 hingga Rp 9.000, sedangkan harga satu kemasan sambal tabur oncamp adalah Rp 10.000. Dalam proses perhitungan tersebut, masih terdapat komponen biaya yang belum diperhitungkan, yaitu biaya tenaga kerja. Oleh karena itu, dalam produksinya sambal tabur oncamp berpotensi tidak mendapatkan keuntungan penjualan atau bahkan merugi.

Untuk meningkatkan keuntungan produsen sambal oncamp, intervensi yang dilakukan adalah dengan menurunkan isi dalam kemasan yang sebelumnya sebanyak 200 gram per kemasan (gambar 1), menjadi 100 gram per kemasan (gambar 2). Dipadukan dengan pemilihan kemasan dan Teknik pelabelan, kemasan baru isi yang lebih sedikit masih terlihat proporsional.



Sumber: dokumentasi pribadi  
 Gambar 1. Produk sebelum pendampingan



Sumber: dokumentasi pribadi  
 Gambar 2. Produk setelah pendampingan

HPP sambal tabur oncamp mengalami penurunan hampir 50%, dari HPP awal yang berkisar antara Rp. 8.000 – Rp. 9.000, menjadi Rp. 4000 – Rp. 5.000. Dengan HPP baru, margin keuntungan penjualan dapat diperbesar.

Masalah berikutnya adalah penentuan keputusan berproduksi karena adanya fluktuasi harga. Untuk mempermudah dalam pengambilan keputusan berproduksi, dibuat tabel simulasi terhadap kombinasi harga dua bahan baku utama yang fluktuatif yaitu bawang daun dan cabai merah. Tabel simulasi pengaruh harga bawang daun dan cabai merah terhadap harga produksi terlihat dalam tabel2.

Tabel 2. Simulasi pengaruh harga bawang daun dan cabai dalam produks

Sensitivity Analysis Cabai dan Bawang Daun		Harga Bawang Daun/Kg												
		3000	4000	5000	6000	7000	8000	9000	10000	11000	12000	13000	14000	15000
Harga Cabai/Kg	25000	3,243.94	3,384.48	3,395.83	3,407.18	3,418.54	3,429.89	3,441.24	3,452.59	3,463.94	3,475.29	3,486.64	3,498.00	3,509.35
	30000	3,279.08	3,419.62	3,430.97	3,442.32	3,453.67	3,465.02	3,476.37	3,487.73	3,499.08	3,510.43	3,521.78	3,533.13	3,544.48
	35000	3,314.21	3,454.75	3,466.10	3,477.45	3,488.81	3,500.16	3,511.51	3,522.86	3,534.21	3,545.56	3,556.91	3,568.27	3,579.62
	40000	3,349.35	3,489.89	3,501.24	3,512.59	3,523.94	3,535.29	3,546.64	3,558.00	3,569.35	3,580.70	3,592.05	3,603.40	3,614.75
	45000	3,384.48	3,525.02	3,536.37	3,547.73	3,559.08	3,570.43	3,581.78	3,593.13	3,604.48	3,615.83	3,627.18	3,638.54	3,649.89
	50000	3,419.62	3,560.16	3,571.51	3,582.86	3,594.21	3,605.56	3,616.91	3,628.27	3,639.62	3,650.97	3,662.32	3,673.67	3,685.02
	55000	3,454.75	3,595.29	3,606.64	3,618.00	3,629.35	3,640.70	3,652.05	3,663.40	3,674.75	3,686.10	3,697.45	3,708.81	3,720.16
	60000	3,489.89	3,630.43	3,641.78	3,653.13	3,664.48	3,675.83	3,687.18	3,698.54	3,709.89	3,721.24	3,732.59	3,743.94	3,755.29
	65000	3,525.02	3,665.56	3,676.91	3,688.27	3,699.62	3,710.97	3,722.32	3,733.67	3,745.02	3,756.37	3,767.73	3,779.08	3,790.43
	70000	3,560.16	3,700.70	3,712.05	3,723.40	3,734.75	3,746.10	3,757.45	3,768.81	3,780.16	3,791.51	3,802.86	3,814.21	3,825.56
	75000	3,595.29	3,735.83	3,747.18	3,758.54	3,769.89	3,781.24	3,792.59	3,803.94	3,815.29	3,826.64	3,838.00	3,849.35	3,860.70
	80000	3,630.43	3,770.97	3,782.32	3,793.67	3,805.02	3,816.37	3,827.73	3,839.08	3,850.43	3,861.78	3,873.13	3,884.48	3,895.83
	85000	3,665.56	3,806.10	3,817.45	3,828.81	3,840.16	3,851.51	3,862.86	3,874.21	3,885.56	3,896.91	3,908.27	3,919.62	3,930.97
	90000	3,700.70	3,841.24	3,852.59	3,863.94	3,875.29	3,886.64	3,898.00	3,909.35	3,920.70	3,932.05	3,943.40	3,954.75	3,966.10

Sumber: data diolah sendiri, 2021

Penggunaan kemasan baru berbahan *aluminium foil* tertutup membuat produk lebih bertahan dari oksidasi karena cahaya matahari. Membuat produk lebih lama untuk berada di pasaran. Hal ini membuka peluang baru pemilik usaha untuk juga aktivasi penjualan melalui kanal-kanal penjualan melalui *e-commerce* (Resmi, 2015).

#### 4. Simpulan

Harga pokok produksi pada kemasan awal berisi 200 gram memiliki *margin* keuntungan yang kecil jika dijual ke pasaran sebesar Rp 10,000. Dengan melakukan perubahan takaran produk menjadi 100 gram, *margin* keuntungan lebih besar sehingga dapat meningkatkan penghasilan dan menutupi biaya operasional. Merespon perubahan harga produksi yang dipengaruhi fluktuasi harga bahan baku, tabel perkiraan HPP dibuat untuk membantu memutuskan produksi akan berjalan atau berhenti untuk sementara. Mitra usaha sambal oncamp Dapur Umi juga mendapat dukungan alat operasional berupa mesin *sealer* agar kemasan kedap udara dan kualitas produk tetap terjaga. Desain kemasan baru yang lebih dapat menarik perhatian menjadi kompensasi atas strategi menurunkan kuantitas produk dalam kemasan.

## Daftar Pustaka

- Darmawan, Didit. (2017). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Agrimas*, 1 (1), 3.
- J, Selly., Ria. (2017, September 1). Apa Bedanya? Daun Bawang Vs. Daun Kucai. Retrieved June 6 2020, from <https://resepkoki.id/apa-bedanya-daun-bawang-vs-daun-kucai/>.
- Martins., J. O., Scarpetta., S. & Pilat., D. (1996). Mark-Up Pricing, Market Structure and The Business Cycle. *OECD Economies Studies* No. 27.
- Mustawan, Agus. (2019, March 20). Kuningan Dikunjungi 4.002.124 Wisatawan, Ada 529 Turis Asing. Retrieved June 5 2020, from <https://kuninganmass.com/government/kuningan-dikunjungi-4-002-124-wisatawan-ada-529-turis-asing/>.
- Nuryaman. (2017, September 2). Petani di Kuningan Nikmati Naiknya Harga Bawang Daun. Retrieved February 24 2020, from <https://www.pikiran-rakyat.com/jawa-barat/pr-01285431/petani-di-kuningan-nikmati-naiknya-harga-bawang-daun-408577>.
- Resmi, Nanda., & Wismiarsi Tri. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13 (1), 3-5.
- Wisnubrata, A. (2011, September 5). Oleh-oleh Khas Kuningan Diburu Wisatawan. Retrieved June 5, 2020, from <https://travel.kompas.com/read/2011/09/05/08130582/Oleholeh.Khas.Kuningan.Diburu.Wisatawan>.
- Xiao, G., Yang, N. & Zhang, R. (2015). Manufacturing & Service Operations Management: Dynamic Pricing and Inventory Management Under Fluctuating Procurement Cost. *Articles in Advance*, 1-14.
- Zhang, Renyu. (2012). First-Year Summer Project: Pricing and Inventory Management Under Fluctuating Cost.