BAB IV

ANALISIS PERUBAHAN USAHA HOME INDUSTRI OPAK DI KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUB) KUCAI JAYA

A. Analisis Tentang Mekanisme Usaha Home Industri Opak di KUB Kucai Jaya

Perusahaan aqua melakukan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan. Secara global bahwa CSR adalah suatu komitmen perusahaan yang berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan". Perusahaan menjalin hubungan baik dengan masyarakat melalui program yang dikenal dengan tanggung jawab sosial atau CSR.

Program yang dilakukan oleh perusahaan Aqua ini "bersifat kelanjutan", bukan sementara ataupun selamaya. Program pendampingan masyarakat sebagai wujud kepeduliannya kepada masyarakat sekitar. Sebelum CSR mengenal Lembaga Pengembangan Teknologi Pedesaan atau (LPTP), selama kurang lebih 10 tahun, perusahaan memberikan bantuan kepada lembaga masyarakat atau instansi, dengan memberikan bantuan dana maupun bantuan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Dari semua bantuan yang diberikan oleh perusahaan Aqua kepada pihak yang menerimanya, tidak ada laporan pertanggung jawaban sama sekali, Bila itu terus berlanjut, maka pihak

perusahaan akan mengalami kerugian dan tidak ada kepuasan bagi perusahaan dalam pembangunan masyarakat.

Setelah pihak CSR Aqua bertemu dengan LPTP, perusahaan menjalin hubungan atau bermitra kerja dengan LPTP, LPTP bekerja dengan CSR Aqua untuk bisa mensejahterakan masyarakat sekitar, secara umum LPTP merupakan organisasi yang tidak terikat dengan pemerintah dan birokrasi. Organisasi ini didirikan oleh perorangan ataupun sekelompok orang yang secara sukarela memberikan pelayanan kepada masyarakat umum dari kegiatannya. LPTP ditunjuk oleh CSR Aqua untuk mendampingi KUB-KUB yang berada di bawah naungannya, antara lain; KUB Kucai Jaya, Al-Barokah, Amanah, Pager Bumi, Masyitoh, Reaksi, Reksa Bumi, dan Mpok Darsih. Adapun fungsi dari LPTP yaitu:

1. Sebagai wadah organisasi yang menampung, mengelola, melaksanakan semua aspirasi masyarakat dalam bidangnya masing-masing.
2. Menumbuh kembangkan serta memberdayakan masyarakat dalam bidang pembangunan
3. Melaksanakan, mengawasi, memotivasi dan merancang proses dari hasil pembangunan secara berkesinambungan.
4. LPTP juga harus ikut menggali dan mengembangkan segala potensi yang dimiliki oleh anggotanya, sehingga dapat mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Salah satu pendampingan LPTP yaitu Kelompok Usaha Bersama (KUB) Kucai Jaya. KUB Kucai Jaya ini merupakan

kelompok yang bergerak di bidang mikro ekonomi sebagai pengrajin opak. Peran CSR Aqua pada KUB Kucai Jaya ini sangat amembantu. Usaha Home Industri Opak ini sudah turun temurun dari generasi ke generasi, CSR Aqua melihat ada potensi yang bisa dikembangkan dalam usaha ini, dengan melalui kajian yang namanya (*Study Social Mapping*), studi ini dari Universitas Gajah Mada (UGM), CSR Aqua membayar UGM untuk melakukan studi ini, tujuannya yaitu untuk menggali informasi terkait masalah, potensi, dan kebutuhan yang ada pada masyarakat (sosial, budaya, ekonomi, dan politik). Karena lebih cenderung mengembangkan usaha yang sudah ada, agar usaha bisa semakin berkembang, semakin maju, dan meningkatkan volume penjualan pasar, maka itu semua membutuhkan pola pikir yang tinggi.

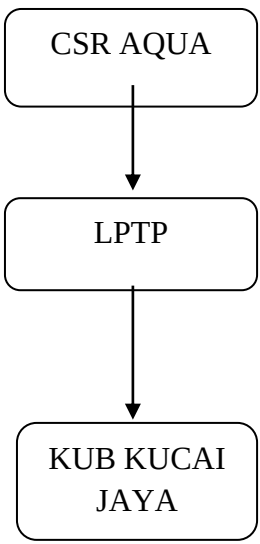
Pandangan pola pikir ini penting untuk merubah menset pada usaha home industri, jika cara lama terus mereka lakukan, maka produk ini akan ketinggalan zaman, karena tidak bisa bersaing di pasar secara global, pasarnya terbatas hanya sebatas pasar tradisional saja, dari memproduksi opak yang besar-besar, disitulah CSR Aqua melihat Desa Kalibeber bisa mengelola sebuah industri rumah tangga untuk perlu dikembangkan agar bisa lebih maju, bisa ikut tampil di pasar-pasar modern. Seiring berjalannya waktu, KUB Kucai Jaya telah melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya dan juga melakukan pengembangan dan perubahan terhadap produknya.

Pendampingan yang telah diberikan LPTP untuk Kucai Jaya telah berhasil berkembang, bahkan Kucai Jaya mencoba melakukan uji coba-uji coba yang telah disarankan oleh pihak LPTP, dengan menjalankan pelatihan-pelatihan yang telah diikutinya, uji coba yang dilakukan oleh KUB antara lain yaitu uji coba pembuatan opak rasa trasi, rasa cokelat, dan rasa udang rebon, diantara itu semua tidak ada yang berhasil, selanjutnya uji coba opak rasa original dengan bentuk lingkaran kecil, yang dulunya opak kotak besar, kini berhasil selanjutnya dijual dan laku banyak saat dipasarkan, kemudian dikasih varian rasa opak merah pedas dan opak hijau, uji coba yang dianggap paling sukses yaitu pembuatan opak mini yang beragam aneka varian rasa; original, pedas,balado, barbeque, sapi panggang, dan jagung manis.

Program CSR yang berkelanjutan diharapkan akan dapat membentuk atau menciptakan kehidupan yang lebih mandiri dan sejahtera, setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak, yaitu dari pihak LPTP maupun dari KUB Kucai Jaya secara terus-menerus, sesungghnya, masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pegeluaran biaya saja, CSR memang tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek, namun memberikan CSR akan memberikan hasil baik secara langsung maupun tidak langsung pada keuangan di masa mendatang.

Dengan demikian apabila perusahaan melakukan program-programnya, diharapkan keberlanjutan perusahaan terjamin dengan baik. Dengan masukya program CSR sebagai bagian dari strategi bisnis, maka akan mudah bagi unit-unit usaha yang berada dalam naungannya, untuk mengimplemasikan rencana kegiatan yang dirancangnya. Dilihat dari sisi pertanggnng jawaban keuangan atas setiap investasi yang dikeluarkan dari programnya, menjadi lebih jelas dan tegas, sehingga pada akhirnya keberlanjutan yang diharapkan akan dapat terimplemasi berdasarkan harapa semua *stakeholder*. Hubungan ketiganya antara CSR, LPTP dan KUB Kucai Jaya memang tidak dapat dipisahkan, dapat digambarkan mekanimesnya, sebagai berikut:

Gambar. 03



Dari paparan diatas dapat disimpulkan, bahwa mekanisme antara CSR Aqua, LPTP, dan KUB Kucai Jaya sangatlah berkaitan erat. Mekanisme dapat diartikan bahwa interaksi bagian satu dengan bagian yang lainnya dalam suatu keseluruhan menghasilkan kegiatan atau fungsi-fungsi sesuai dengan tujuan. CSR Aqua tidak bisa menjalankan program-programnya bila tidak ada pihakdari LPTP, dan tidak bisa melakukan tanggung jawab sosial yang dapat mengembangkan, memberdayakan pada seluruh lapisan masyarakat sekitar, bahkan tidak bisa memberikan dampingan pada usaha opak di KUB Kucai Jaya untuk bisa berkembang dan mandiri dalam usaha produknya, meskipun dari segi Finansial perusahaan Aqua mengalami kerugian,tetapi secara sosial sangat menguntungkan, karena sudah suatu komitmen dari perusahaan Aqua itu dalam mengembangkan Ekonomi masyarakat, suatu perusahaan mempunyai dana sendiri untuk mengembangkan masyarakat, sebab perusahaan melihat dari segi manfaat pemberdayaannya, salah satu tanggung jawab sosialnya adalah pengembangan masyarakat dengan perubahan yang lebih baik, dengan ber-CSR, masyarakat mendapatkan bantuan secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada KUB Kucai Jaya.

LPTP juga tidak bisa mendampingi KUB-KUB yang lainnya agar bisa meningkatkan kemampuan usaha kecilnya agar bisa lebih tangguh dan mandiri, jika tidak bermitra kerja dengan CSR Aqua, karena LPTP tidak bisa berjalan dengan sendirinya tanpa adanya dana dari CSR, karena LPTP mempunyai keahlian

khusus yang bisa memberikan pelatihan-pelatihan yang mengarah pada pengembangan ekonomi masyarakat. Adapun pada KUB Kucai Jaya, Usaha ini tidak bisa berkembang, maju, kreatif, maupun mandiri tanpa adanya peran dari pihak CSR Aqua dan pihak LPTP, peran kedua pihak memberikan perubahan yang sangat besar kepada KUB, dari pelatihan-pelatihan atau training, bantuan dana, dan bantuan alat-alat produksi, kini mendapatkan manfaat ilmu, dan pengalaman yang banyak, sehingga para anggota dan kelompok bisa semakin maju dalam mengembangkan usahanya, dari penjualan yang dulunya hanya monoton atau tradisional menjadi lebih modern dalam pencapaian kinerja ekonomi.

Lebih singkatnya, CSR Aqua memberikan dana kepada pihak LPTP, kemudian pihak LPTP menerima dana tersebut untuk melakukan pendampingan dan pelatihan terhadap KUB-KUB lainnya, terutama KUB Kucai Jaya yang tidak bisa dilakukan oleh pihak CSR Aqua, namun CSR Aqua hanya bisa memberikan bantuan Koperasi untuk Kucai Jaya agar usahanya bisa berkembang dan tidak kekurangan modal untuk usahanya tersebut.

B. Analisis Terhadap Hasil yang Dicapai KUB Kucai Jaya Paska Mendapat Program Dari CSR Aqua

Program-program yang telah dilakukan oleh perusahaan Aqua ada 4 sektor yaitu:

1. Sektor industri rumah tangga
2. Sektor pertanian berkelanjutan

3. Sanitasi
4. Konservasi lingkungan

Dari empat program tersebut, KUB Kucai Jaya termasuk dalam sektor industri rumah tangga. Proses perubahan yang dialami oleh Kucai Jaya sungguh luar biasa, dengan seiring berjalannya waktu, KUB telah melakukan banyak inovasi-inovasi baru dengan pola pikir mengubah menset dengan merubah model produk, melakukan pengembangan dan perubahan terhadap produknya. Perubahan model produk yang dilakukan oleh Kucai Jaya yaitu meningkatkan penjualan dan perluasan pasar. Hasil perubahan yang dialami KUB Kucai Jaya paska adanya program dari CSR Aqua dengan melalui pihak LPTP antara lain yaitu:

1. Perubahan Produk

KUB Kucai Jaya sudah melakukan produk inovasi baru, meskipun sudah mengubah melalui inovasi-inovasi, tetapi opak tetap memberi ciri khasnya yaitu ada tambahan daun kucai, yang terbuat dari tanaman yang kaya zat gizi, dengan bahan baku singkong yang memberikan kalori banyak rendah lemak yang berkhasiat dan bermanfaat bagi kesehatan.

Produk yang dihasilkan menggunakan bahan baku yang berkualitas nomor satu, dan tidak menggunakan bahan kimia berbahaya. Produk akan menjadi hal yang penting, karena produk akan dinikmat oleh para konsumen, sehingga penentuan kualitas dan kuantitas menjadi hal yang pertama dalam suatu produk. Untuk penentuan produk ini, diperlukan

sebuah pemikiran yang mendalam termasuk dari segi desain, bentuk luarnya, hingga komunikasinya ke konsumen. Kualitas bahan baku sangat berpengaruh pada hasil sebuah produk "*output*". Kualitas yang baik akan menghasilkan produk yang baik pula. BMW (Biaya, Mutu, dan Waktu) adalah komponen utama dalam hal mengetahui kualitas produk. Kualitas yang baik mempunyai nilai jual yang tinggi, bahan baku yang berkualitas, maka produk akan mampu bertahan lama meskipun tidak menggunakan bahan pengawet kimia.

2. Perubahan dalam Pengorganisasian

Keberhasilan KUB Kucai Jaya tidak luput dalam pengorganisasian, yang dulunya kelompok ini tidak tau tentang organisasi, dan berdiri sendiri-sendiri, sekarang mengutamakan kepentingan kelompok diatas kepentingan pribadi, setiap organisasi diKUB Kucai Jaya mempunyai karakteristik seperti, adanya koordinasi dalam usaha tersebut, saling berkomunikasi, mempunyai tujuan yang berbeda lalu saling sharing kemudian menjadi satu tujuan yang sama, pembagian dalam hal pekerjaan, dan lain sebagainya.

3. Cara Menentukan Harga

Kucai Jaya menentukan harga opak dengan mengambil keuntungan 30% dari biaya produksi. Jika return tidak ada Kucai Jaya bisa mengambil keuntungan lebih dari 30%. Menurut konsep pasar terhadap harga sudah layak karena harga opak standar, sebelum Kucai Jaya menaikkan

harga opak Kucai Jaya melakukan survey ke pasar untuk menentukan harga opak. Tapi kenyataannya jarang sekali bahan pokok produksi mengalami penurunan harga, jika kebutuhan pokok, BBM naik sebenarnya penjual gethuk atau singkong secara tidak langsung ikut menaikkan harga.Harga tetap, tapi ukuran gethuk diperkecil untuk menyiasati kenaikan harga yang terjadi di masyarakat. Biaya produksi yang ditentukan dari biaya produksi opak 200 butir getuk 11 kg menjadi 25 sampai 30 kemasan, harga 1 kemasan opak sebesar Rp. 9.000, dibawah ini daftar harga bahan baku;

Tabel VIII

Cara penentuan harga

No.	Nama Barang	Harga
1	Getuk 200 butir (±5kg)	Rp 30.000
2	Biaya giling	Rp 5.000
3	Jasa adonan	Rp 2.000
4	Kucai	Rp 2.000
5	Garam	Rp 500
6	Air	Rp 100
7	Minyak buat olesan	Rp 500
8	Listrik	Rp 1.000
9	Lebel	Rp 500
10	Plastik	Rp 400
11	Tenaga kerja	Rp 30.000
12	Pulsa	Rp 12.500

Setiap 200 butir gethuk beratnya ±5 kg harganya Rp 30.000,-. Biaya penggilingan untuk per 5 kg sebesar Rp

5000,-. Harga kucai per satu ikatnya Rp 2000, yang bisa digunakan per 200 butir gethuk.

Biaya produksi per hari adalah:

200 butir gethuk	: 30.000
Biaya penggilingan	: 5.000
Kucai	: 2.000
Tenaga kerja	: 30.000
Biaya per hari	67.000

Biaya plastik untuk opak ukuran mentah:

Harga plastik 1kg adalah 35.000 berisi ±90 lembar. Jadi harga perlembarnya adalah 388,- dibulatkan Rp 400,-per lembar plastik.Setiap 200 butir gethuk akan menghasilkan ± 4kg opak mentah, karena setiap opak kering tidak selalu bagus semua atau ada yang curah maka opak yang bisa dikemas ± 3,5 kg. Harga per kg nya Rp 45.000,- terdiri dari 5 bungkus opak dengan ukuran 200gr. Hasil penjualann setiap 200 butir gethuk adalah: 3,5kg opak x 45.000=157.500 dikurangi harga 5 lembar plastik (400x5) 2.000. Jadi hasil penjualan per produksi adalah Rp155.500. Karena kesepakatan kelompok adalah setiap penjualan per bungkusnya dikurangi 1000 untuk pemasukan dana kelompok maka hasil yang diterima produsen adalah Rp155.500-Rp5.000 (5 bungkus)= Rp150.500

Pendapatan per produksi adalah:

Hasil penjualan-biaya per produksi

Rp 150.500 - Rp 67.000= Rp 83.500

Karena hampir setiap hari berproduksi, maka pendapatan dalam satu bulan adalah:

Rp 83.500 x 30 hari = Rp 2.505.000/bulan (belum termasuk biaya air,pulsa,listrik, dll)

*Catatan: pendapatan diatas terjadi jika dalam satu bulan selalu memproduksi 200 butir gethuk dan penjualannya dengan dikemas tidak di jual curah, saat opak di jual curah akan laku dengan harga Rp 15.000- Rp 20.000,- per kg nya.

Menurut penulis, kebijakan menaikkan harga yang dilakukan oleh Bapak Romadhon selaku sekretaris KUB Kucai Jaya sudah tepat, dan tidak dilarang dalam Islam, karena alasan menaikkan harga bukan untuk mencari keuntungan yang besar, melainkan mengikuti perubahan biaya produksi. Jadi penetapan harga yang dilakukan oleh Kucai Jaya tidak bertentangan dengan ajaran islam, karena kenaikan yang dilakukan masih di anggap normal dan beralasan. Harga yang semula Rp. 9.000/200 gr menjadi Rp. 11.000/ untuk opak mini, Rp. 8.000/200 gr menjadi Rp. 9.000 opak mentah, Rp. 7.000/200 gr menjadi Rp. 9.000 untuk opak lingkaran matang, Rp. 12.000/400 gr menjadi Rp. 14.000 opak lingkaran matang.

Kenaikan harga yang dilakukan oleh Kucai Jaya bukan semata-mata untuk memperbanyak keuntungan, melainkan untuk memotivasi bagi para pengrajin opak yang

lain untuk menaikkan harga produk agar kesejahteraan mereka juga ikut naik.

4. Cara Mempacking Produk

Sebelum adanya perubahan, usaha opak ini belum mengerti apa itu mempacking atau mengemas produk dengan baik, pada waktu itu opak dijual curah, penjualan dilakukan dengan cara menjual kiloan atau perkilo, tapi setelah adanya pendampingan dari LPTP, kini Kucai Jaya bisa menjual produknya dengan cara mempacking atau mengemas dengan baik dan rapi, mempacking opak tidak lupa dilakukan juga proses pensortiran antara opak yang layak jual dipasar modern dengan opak yang dijual dipasar tradisional. Untuk opak mentah netto opak tersebut sebesar 200gr, sedangkan opak matang nettonya sebesar 100gr berlaku pula untuk semua jenis opak.Setelah opak tertata rapi dalam kemasan, proses selanjutnya adalah siller yaitu merekatkan bagian atas plastik. Kemudian dilakukan labeling (pemberian merk produksi) yang berada dibagian depan kemasan. Kemasan yang menarik akan mempengaruhi penjualan. Kemasan produk opak KUB Kucai Jaya adalah hasil pelatihan dari LPTP.

5. Perubahan dalam Pemasaran

Pemasaran dilakukan dengan cara konsinyasi yaitu penitipan barang dagangan kepada agen atau orang untuk dijualkan dengan pembayaran di kemudian hari setelah barang tersebut laku. Ketika ada retur, maka barang tersebut hanya

akan di kasih ke tetangga yang mau. Produk retur tidak dijual kembali karena produsen hanya menginginkan produk yang terbaik untuk konsumen.Produsen tidak ingin para pelanggannya kecewa apabila produk retur tersebut di jual dan ternyata tengik meskipun masa kadaluarsanya belum habis.Produsen hanya menerapkan prinsip kehati-hatian saja, takut jika konsumen kecewa.Masa kadaluarsa untuk opak mentah biasanya bisa bertahan hingga 8 bulan, sedangkan opak matang bisa bertahan selama 6 bulan. Untuk opak mini dapat bertahan hingga satu tahun, karena dalam proses pembuatannya terdapat campuran bahan pengawet alami yaitu bawang putih dan ketumbar.

Hasil produk yang sebelumnya hanya di pasarkan kepasar tradisional sekarang bisa di jual ke pasar modern, karena jika cara lama terus mereka gunakan, maka produk ini akan ketinggalan zaman, karena tidak bisa bersaing di pasar secara global, Kucai Jaya memasarkan produknya di tempat penitipan oleh-oleh di sekitar objek wisata. Tempat seperti itu diharapkan dapat memberi akses yang mudah bagi konsumen untuk mendapatkan produk opak Kucai Jaya. Dalam memasarkan produknya, KUB terjun langsung ke pasar-pasar, karena dengan itu Kucai Jaya lebih mengerti kondisi pasar yang ada, seperti apa dan bagaimana keadaannya, sebelumnya Kucai Jaya menjual produknya, tapi telah ditipu dan hal itu menjadi pengalaman bagi Kucai Jaya agar lebih berhati-hati.

Pemasaran dititipkan di tempat penjualan oleh-oleh sekitar Wonosobo, Temanggung, Solo, Magelang, Dieng dan Banjarnegara, dan sekarang sudah mulai memasarkan di pasar modern dengan bantuan dinas koperasi untuk pemasaran di Carrefour. Tempat pemasaran yang strategis diharapkan dapat meningkatkan penjualan opak.Keberhasilan dalam pemasaran salah satunya yaitu dengan penempatan atau pendistribusian produk yang tepat.Pencarian tempat pemasaran Kucai Jaya juga dibantu oleh pihak LPTP. Menurut peneliti pemasaran yang dilakukan oleh KUB Kucai Jaya sudah baik dan sesuai dengan konsep islam. Beberapa keunggulan produk yang dapat digunakan KUB Kucai Jaya dalam meningkatkan sasaran dan target pasar dalam strategi pemasaran produk adalah sebagai berikut:

a. Produk (*Product)*

Usaha bisnis yang dipasarkan baik barang maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen untuk menghindari penipuan, kualitas bahan baku singkong yang terjamin dan bersih. Produk yang dihasilkan menggunakan bahan baku yang halallan thoyyiban dan diizinkan oleh islam dan tidak menggunakan bahan kimia. Meskipun produk opak yang berwarna hijau menggunakan bahan pewarna, tetapi pewarna yang digunakan sesuai dengan anjuran dari pihak LPTP,

dengan pewarna makanan yang ada nomor DEPKES RI nya, jika ketahuan tidak menggunakan pewarna yang dianjurka, maka akan ditegur dan kemungkinan tidak boleh ikut pemasaran lagi.

b. Harga (*Price)*

Harga yang ditetapkan oleh KUB Kucai Jaya sudah ditetapkan berdasarkan kesepakatan oleh anggota, meskipun harga opak lebih tinggi dibandingkan dengan produk opak di Wonosobo, buka berarti Kucai Jaya ingin memperoleh keuntungan yang tinggi, melainkan untuk mengantisipasi jika suatu saat harga bahan baku naik, dan menyebabkan kerugian karena akan tertutupi pada saat harga bahan baku menurun. Proses penetapan harga produk opak di Kucai Jaya ditentukan berdasarkan biaya produksi, bahan baku, tenaga kerja, pengemasan, biaya transportasi, biaya promosi, listrik dan proses produksi opak.

c. Distribusi (*Place)*

Distribusi merupakan strategi yang erat kaitannya dengan meendistribusikan barang ata jasa kepada konsumen. Kucai Jaya terjun langsung ke pasar-pasar sehingga akan mengetahui langsung bagaimana kondisi pasar dan lokasi pasar. Transportasi yang digunakan dengan membawa mobil pikap yang terbuka, agar semua produk opak bisa masuk semua tanpa merusak produk.

d. Promosi (*Promotion)*

Promosi yang dilakukan Kucai Jaya melalui pameran dipendopo pada pertengahan bulan Juli 2012, lewat majalah peluang Usaha, UMKM, Dinas perdagangan, dinas koperasi dan lewat siaran TVRI atas kerjasamanya dengan UMKM, mengikuti even-even tertentu, dari mulut-ke mulut.

e. Pelayanan (*Service)*

Pelayanan yang diterapkan Kucai Jaya dengan membudayakan senyum, salam, sopan santun, sapa, dan ramah kepada setiap konsumennya, mengawali setiap tindakan dengan membacaa Basmallah dan di akhiri dengan Hamdallah, bekerja dengan ikhlas, jujur, disiplin, bertanggung jawab, dan tidak berlaku curang. Pelayanan yang baik dan ramah akan membuat konsumen nyaman dan tidak merasa terganggu dalam memilih produk saat akan membeli, memberikan informasi yang sebenarnya apabila produknya terjadi kerusakan.

6. Cara Memproduksi Produk

Produk yang dihasilkan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan halal,singkong yang digunakan berkualitas nomor 1 atau bisa dinamakan dengan Lenteng, garam yang digunakan berkualitas dan beryodium, pada saat mengoleni singkong, tangan harus dicuci dahulu, cara pembuatannya yang dulu menggunakan cenil atau semacam

dengan muntu, sekarang menggunakan alat tradisional yang dinamakan Prees, sekali tekan bisa 20 opak, pada saat penjemuran minimal harus 1,5 meter, agar tidak terkena debu agar higenis, jika cuaca panas, seharipun sudah kering, jika cuaca mendung bisa sampai 2 atau 3 hari. Cara membungkusnya dengan cara*packing*, lalu di siller agar tidak tercecer, diberi label, *barcode*, dan diberi tanggal kadaluarsa lalu di pasarkan.

Karena proses perubahan Kucai Jaya ini semakin besar, maka CSR Aqua membantu untuk membuat Koperasi yang benama "Muawwanah". Koperasi Muawanah ini sangatlah membantu untuk usaha Kucai Jaya, karena pada saat banyaknya order, koperasi meminjamkan uang 9 juta bagi anggota yang kekurangan modal. Setelah berjalan hampir 2,5 tahun, KUB Kucai Jaya bersama LPTP membentuk Prakoperasi untuk menunjang kegiatan usaha bersama. Prakoperasi didirikan dengan tujuan menghimpun dan menyalurkan dana dari kelompok agar anggota tersebut lebih mandiri. Awal berdirinya Prakoperasi disediakan dana kurang lebih Rp. 10.000.000,- oleh pihak CSR Aqua sebagai dana awal pinjaman. Setiap anggota hanya diperbolehkan meminjam maksimal Rp. 2.000.000,- dengan pemberian jasa 1% angsuran 10 kali. Simpanan terdiri dari simpanan pokok, simpanan wajib, simpanan sukarela. Dimana simpanan pokok yaitu sebesar Rp. 10.000,- perbulan, simpanan wajib minimal

Rp. 2.000,- simpanan sukarela sesuai kemampuan para anggota.

Setelah Usaha KUB Kucai Jaya ini sudah berkembang dengan baik, dari 23 anggota yang hanya memasarkan produknya dengan cara mengkemas atau *packing* di pasar modern hanya 5 orang saja, yaitu Bapak Romadhon, Pak Abidin, Abdillah, Ibu Durotun Nafisa, dan Ibu Fitri Kosyatillah, yang 18 anggota lainnya di jual curah dan memasarkan di pasar tradisional disekitar Kalibeber Wonosobo saja, adapun disebabkan:

a. Menggunakan sistem konsinyasi, maksutnya dengan menitipkan produk ke sejumlah toko-toko, lalu menunggu sampai produknya laku, baru keuntungan bisa diambil setelah 1 bulan sampai 2 bulan, ini yang menghambat penghasilan, karena modal harus berputar lagi.
b. Keterbatasan modal membuat pengusaha opak pada saat memproduksi, hanya sekedarnya saja, disaat sudah mendapatkan keuntungan, mereka memproduksi, jika tidak mereka tidak bisa membuat opak.
c. Tidak mau ribet, maksutnya menghasilkan produk yang berkualitas baik harus mau sedikit usaha agar produknya bisa terjual dengan bagus, seperti pemberian daun kucai yang banyak, memilih kualitas singkong nomor 1, garam yang berkualitas dan beryodium, penggilingannya harus 2 kali agar lebih maksimal dan tidak kasar, tempat

penjemurannya minimal 1,5 meter agar tidak terkena debu, dan cara pengemasan harus di *packing* dengan baik dan rapi.

d. Tidak mempunyai tempat yang luas untuk penjemuran opak.

Sungguh sangat disayangkan oleh pihak CSR dan LPTP Aqua karena tidak bisa seperti 5 anggota tersebut, mereka menjual curah, agar bisa langsung mendapat uang dan keuntungan bisa untuk modal selanjutnya, KUB Kucai Jaya kini sudah mendekati dalam usaha kemandirian, banyak perubahan dan pengembangan produk-produknya yang sudah dikenal masyarakat sekitar, dari segi manajemen pengorganisasian, menciptakan produk-produk yang baru.

Dalam menjalankan usahanya, para anggota menjalankan aktivitas penjualan dengan landasan keimanan, ketaqwaan dan beretika baik. Adapun prinsip-prinsip dalam etika bisnis di KUB Kucai Jaya yaitu:

1. Kejujuran

   Melakukan suatu usaha, sifat jujur dan penuh kepercayaan sudah tertanam dalam anggota Kucai Jaya, apa bila produk yang di jual kepada konsumen ada kerusakan, maka produk akan di ambil dan diganti yang baru, berterus terang, tidak curang dan tidak berbohong.

2. Integritas, memegang prinsip, tidak bermuka dua, tidak berbuat jahat, dan saling percaya dengan konsumen.

3. Memelihara Janji

   Saat melakukan pemasaran, para anggota selalu menepati janjinya dan tepat waktu jika konsumen meminta produk untuk dijual.

4. Suka membantu

   Antara anggota satu dengan lainnya saling membantu jika ada konflik maupun dalam penjualan, dengan saling membantu, semua masalah akan mudah terselesaikan.

5. Mengejar Keunggulan

   Mengejar keunggulan dalam segala hal, baik dalam pertemuan personal maupun pertanggungjawaban professional, tekun, dapat di percaya, rajin, dan penuh komitmen.

Adapun saat ini, KUB Kucai Jaya dalam pengemasan produk, yang dulunya menggunakan plastik sekarang ingin beralih pada Aluminium Foil, karena sudah mencoba, dan hasilnya lebih baik dari yang sebelumnya, KUB ingin menggunakan Aluminium Foil dalam waktu yang dekat, bahkan aluminium foil mempunyai kelebihan, antara lain yaitu:

a. Mewadahi produk selama distribusi dari produsen, agar produk tidak tercecer, dan bisa rapi.
b. Melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban,

komtaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk.

c. Meningkatkan efisiensi, misalnya: memudahkan dalam memasukkan produk opak, memudahkan pengiriman, dan penyimpanan agar rapi. Hal ini penting dalam dunia perdagangan.
d. Menambah daya tarik calon pembeli.
e. Memberi kenyamanan bagi konsumen.
f. Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemaasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label yang terdapat pada kemasan.

Pada bulan Juli 2016, KUB Kucai Jaya juga sudah menggunakan "*Barcode*", yaitu kumpulan kode yang berbentuk garis, dimana masing-masing ketebalan setiap garis berbeda sesuai dengan isi kode produk masing-masing opak. *Barcode* merupakan salah satu persyaratan untuk sebuah produk agar dapat dipasarkan di retail modern yang memiliki jaringan pemasaran berskala nasional seperti; (Alfamart, Indomart, Hypermart, Giant, Carrefour, dll).Adapun keuntungan menggunakan *Barcode* antara lain yaitu:

a. Proses input data lebih cepat, karena: *Barcode Scanner* (alat baca) dapat membaca/merekam data lebih cepat dibandingkan dengan melakukan proses input data secara manual.

b. Proses input data lebih tepat, karena: Tekhnologi *Barcode* mempunyai ketepatan yang tinggi dalam pencarian data.
c. Penulusuran informasi data lebih akurat karena tekhnologi *Barcode* mempunyai akurasi dan ketelitian yang sangat tinggi.
d. Mengurangi biaya, karena dapat menghindari kerugian dari kesalahan pencatatan data dan mengurangi pekerjaan yang dilakukan secara manual secara berulang-ulang.
e. Produk yang menggunakan *Barcode* akan memiliki nilai tawar lebih tinggi/*prestise* serta kemampuan bersaing dengan saingan/*competitor*.