

**PENGUATAN PRODUKSI MINUMAN ORUMY PADA MASYARAKAT
EX-DOLLY PUTAT JAYA KOTA SURABAYA
DENGAN PENDEKATAN COOPRENEURSHIP**

Rachmawati Novaria¹, Suko Istijanto²

E-mail: nova@untag-sby.ac.id¹

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: suko@untag-sby.ac.id²

Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstrak

Salah satu cara untuk mengangkat citra pasca ditutupnya kawasan Ex-Dolly masyarakat diajak untuk melakukan kegiatan usaha yang bernuansa positif. Usaha yang dikembangkan yaitu usaha minuman Orumy (Olahan Rumput Laut Alami). Permasalahan yang dihadapi, masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang penerapan food higyenis, kurangnya inovasi pemasaran, dan promosi yang berdaya saing. Dalam realisasi penguatan produksi minuman Orumy dilakukan pendekatan Coopreneurship. Pendekatan ini dimaksudkan : agar masyarakat Ex-Dolly punya rasa ikut memiliki dan termotivasi untuk melakukan usaha positif dan memiliki daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya), promosi bisa dilakukan dengan menerapkan iptek di masyarakat (pengelolaan manajemen), dan perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan. Hasil dari penguatan dalam kegiatan produksi melalui pendekatan Coopreneurship. Diharapkan dapat meningkatkan citra produk, promosi yang lebih baik dan perluasan jaringan pemasaran usaha dengan E-business yang berdampak pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Minuman Orumy, Daya Saing, Coopreneurship.

Abstract

One way to raise the image after the closing of the Ex-Dolly area is to invite people to conduct positive business activities. The business developed is the Orumy beverage business (Natural Seaweed Processed). Problems faced, lack of public understanding about the application of hygienic food, lack of marketing innovation, and competitive promotion. In the realization of strengthening Orumy beverage production is done approach Coopreneurship. This approach is intended: for Ex-Dolly community to have a sense of belonging and motivation to do positive business and have competitiveness (improving quality, quantity and added value of goods, services,

product diversification, or resources), promotion can be done by applying science and technology in the community (management management), and improvement of community values (cultural arts, social, political, security, peace, education, health) Results from strengthening in production activities through Coopreneurship approach Expected to improve product image, better promotion and expansion network marketing business with E-business that impact on the increasing welfare of the surrounding community.

Keywords: Orummy Drink, Competitiveness, Coopreneurship.

Pendahuluan

Surabaya memiliki salah satu desa yang memiliki keunikannya tersendiri, yaitu Desa Putat jaya Kecamatan Sawahan, dimana desa tersebut semua orang mengenalnya sebagai Ex Dolly. Dulunya kampung ini menjadi tempat prostitusi yang terkenal se Asia Tenggara. Sejak lokalisasi terbesar di Asia tersebut ditutup, banyak warga yang kehilangan mata pencaharian, untuk itu dari segi pemberdayaan masih sangat perlu dilakukan bagi masyarakat Ex-Dolly, sebab sejak lokalisasi ditutup warga mulai bingung mencari pekerjaan pengganti, ini menjadi fenomena peralihan usaha secara massal, apabila tidak dilaksanakannya pemberdayaan maka akan berakibat matinya perekonomian didaerah tersebut. Terlebih dari segi pemikiran warga, mereka lebih banyak masih tertanam cara mendapatkan uang secara instan, oleh sebab itu perlu adanya aksi nyata yang memberikan dampak sosial positif dan ekonomi. Dampak sosial yang ditimbulkan adalah kampung ex Dolly sebagai lokalisasi akan berangsur-angsur hilang dan beralih dikenal orang menjadi sebuah kampung dengan produk khasnya, salah satunya adalah masyarakat mulai mencoba untuk membuat minuman sehat berbahan rumput laut alami yang mereka beri nama ORUMMY. Menurut Novaria, 2017, Berdasarkan pertimbangan sisi wirausaha, produk ini memiliki keunggulan dan potensi pasar yang bagus, sebab dipasaran belum banyak bahkan hampir belum ada minuman sehat olahan berbahan dasar rumput laut. Akan tetapi, kemampuan menjawab kebutuhan masyarakat akan minuman sehat olahan rumput laut belum semuanya dapat memenuhi permintaan pasar karena minimnya peralatan produksi yang dimiliki mitra usaha, dengan pendekatan Coopreneurship, kegiatan nya diharapkan ikut berperan dalam program

pemerintah untuk memberdayakan dan pengurangan usaha negatif. Dibalik banyaknya manfaat pengabdian ini, ditemui beberapa masalah yang menghambat kelancaran usaha, yaitu terkait proses produksi yang masih manual akibatnya hasil produksi terbatas, ditambah lagi sistem pemasaran yang masih kategori standart, membuat hasil produksi kurang terserap pasar. Permasalahan ini tentu menjadi topik utama yang harus dipecahkan agar menjaga stabilitas usaha yang punya daya saing kompetitif. Sedangkan dari sisi produk dimungkinkan akan sangat banyak dibutuhkan masyarakat. Oleh sebab itu, pengembangan usaha produk orummy dinilai sangat perlu dilakukan, terlebih jika pelaku usahanya adalah warga mantan prostitusi, selain memberdayakan dan merubah pola pikir dari usaha negatif menjadi usaha positif juga mampu menolong mereka memasuki perekonomian yang lebih sehat dan punya daya saing tinggi dipasaran.

Metode Penelitian

Metode penelitian *Descriptive Explanatory* yaitu mengali informasi tentang permasalahan dari suatu populasi untuk menentukan prioritas program. Obyek penelitian ini adalah produksi minuman orummy pada masyarakat Ex-Dolly. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan informan yang dipilih adalah pelaku usaha, tokoh masyarakat dan masyarakat ex-Dolly. Tahapan yang dilakukan : mengidentifikasi potensi dengan Instrumen Kuesioner dan Analisis Diskriptif kualitatif serta *Focus Group Discussion*.

Hasil

Produk olahan rumput laut Orummy memiliki peluang pasar yang bagus, sebab dipasaran belum banyak ditemui, sedangkan permintaan produk orummy memiliki potensi permintaan pasar yang besar. Yang menjadi permasalahan adalah mereka masih belum mampu memproduksi secara optimal Orummy yang diolah untuk memenuhi permintaan yang besar, hal tersebut dikarenakan para pengusaha orummy yang masih menggunakan alat tradisional dan promosi pemasaran yang konvensional, baik dari segi produksi hingga proses pengemasan. Pengembangan produksi Orummy perlu dilakukan agar bisa lebih banyak memproduksi, untuk itu perlu mengidentifikasi penguatan produksi orummy,

pengembangan beragam kemasan dan rasa, sehingga selain meningkatkan penguatan pasar juga mampu menumbuhkan kepercayaan diri lebih pada konsumen. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana penguatan produksi minuman orummy agar mampu menjaga stabilitas usaha, melayani permintaan konsumen dan mampu bersaing dipasar. Semua proses produksi masih dilakukan secara manual dan tradisional, diharapkan dengan pendekatan *Coopreneurship*, yaitu melakukan kegiatan yang dapat mendukung jalannya proses produksi sampai dengan pemasaran ke konsumen yang didukung dengan partisipasi warga untuk menyediakan dan bergotong royong mampu memenuhi pesanan produk yang diminta oleh konsumen sekaligus meningkatkan ekonomi keluarga. Adapun kegiatan yang dilakukan dengan memberikan pelatihan agar pelaku usaha dan mitra usaha perlu menjaga kebersihan, higienis, dan kerapian pengemasannya. karena pelaku usaha masih minim mengerti tentang standart makanan dan minuman yang sehat dan steril. Selain itu, sistem pemasaran juga masih terbatas dan kurang inovatif yang dinilai tidak banyak memberikan dampak pada peningkatan penjualan produk Orummy. Pemasaran yang dilakukan masih sebatas pemasaran *word of mounth* dan relasi, belum banyak memaksimalkan aktifitas media sosial dan relasi toko atau super market. Permasalahan ini mengakibatkan hasil produksi yang kurang diminati dan terhambatnya proses produksi selanjutnya. Dari segi manajemen usaha juga masih sebatas pengelolaan pribadi karena usaha masih berskala kecil dengan tenaga kerja terbatas 1-2 orang, dan sistem jaringan distribusi pemasaran bersifat lokal dengan intensitas berdasarkan kebutuhan sekunder atau barang pengganti. Diharapkan dengan adanya kegiatan penguatan produk olahan rumput laut Orummy terutama pada masyarakat Ex Dolly maka akan banyak menjawab permasalahan warga Ex lokalisasi terkait dengan perekonomian warga dalam mengembangkan usaha Orummy dan mensejahterahkan warga Ex-Dolly dikampung Orummy.

Pembahasan

Sejak lokalisasi terbesar di Asia tersebut ditutup, banyak warga yang kehilangan mata pencaharian untuk itu dari segi pemberdayaan masih sangat perlu dilakukan bagi masyarakat Ex-Dolly, sebab sejak lokalisasi ditutup warga

mulai bingung mencari pekerjaan pengganti, ini menjadi fenomena peralihan usaha secara massal, apabila tidak dilaksanakannya pemberdayaan maka akan berakibat matinya perekonomian didaerah tersebut. Terlebih dari segi pemikiran warga, mereka lebih banyak masih tertanam cara mendapatkan uang secara instan, oleh sebab itu perlu adanya aksi nyata yang memberikan dampak sosial positif dan ekonomi.



Gambar 1. Produk Orumy dan Kelompok INOKAM (Sumber: Data lapangan 2017)

Dampak sosial yang ditimbulkan adalah kampung ex Dolly sebagai lokasi akan berangsur-angsur hilang dan beralih dikenal orang menjadi sebuah kampung dengan produk khasnya. Sebagai aksi nyata warga ex-Dolly yang sudah ada adalah kelompok INOKAM. Dimana kelompok usaha ini berada di sebuah kampung kawasan Ex Dolly yang terdiri dari 4-6 usaha rumahan yang memproduksi minuman olahan rumput laut yang diberi nama Orumy (olahan rumput laut alami), kelompok usaha ini berada pada satu lingkungan yang mereka namakan kampung Orumy. Kelompok ini mampu memberikan angin segar terhadap perubahan pola pikir usaha negatif menjadi usaha positif yang mampu membentuk citra baru yang mempunyai nilai jual dimata masyarakat umum.

Kelompok INOKAM ini mampu memproduksi sekitar 300 botol perhari.

Berdasarkan pertimbangan sisi wirausaha, produk ini memiliki keunggulan dan potensi pasar yang bagus, sebab dipasaran belum banyak bahkan hampir belum ada minuman sehat olahan berbahan dasar rumput laut. Sedangkan dari sisi produk dimungkinkan akan sangat banyak dibutuhkan masyarakat. Oleh sebab itu, penguatan dan pengembangan usaha produk orummy dinilai sangat perlu dilakukan terlebih jika pelaku usahanya adalah warga mantan PSK, selain memberdayakan dan merubah pola pikir dari usaha negatif menjadi usaha positif juga mampu menolong mereka memasuki perekonomian yang lebih sehat dan punya daya saing tinggi dipasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha, Ibu Saropah 50 th, menyebutkan “ permasalahan yang ada pada proses produksi, dimana masih kekurangan peralatan dan promosi yang masih kurang optimal” Adapun solusi yang ditawarkan peneliti adalah memberikan dampak positif terhadap proses produksi, mulai dari proses pembasahan bahan baku, perebusan, pewarnaan, hingga pengemasan, direncanakan penyediaan alat berupa pemberian alat terkait proses produksi dan pengemasan maka akan menambah kapasitas hasil produksi yang lebih higienis, bersih, sehat, rapi.

Permasalahan lainnya menurut pelaku usaha, Ibu Handayani, 45 th menyebutkan “sistem jaringan pemasaran masih belum dimiliki, sehingga sering kalah bersaing dalam penyediaan hasil produksinya”. Dan solusi yang dapat ditawarkan adalah memperluas jaringan distribusi pemasaran dengan menggunakan *E-business* dimana luaran yang diharapkan adalah rekayasa sosial yang mampu memberikan pemahaman terkait sistem jaringan pemasaran modern dan lebih berdampak pada peningkatan penjualan produk Orummy

Pendekatan Coopreneursip

Menurut Sukasukadwi, 2014, *Coopreneurship* adalah suatu sikap mental positif dalam usaha komperatif dengan mengambil prakarsa inovatif serta keberanian mengambil resiko dan berpegang teguh pada prinsip identitas koperasi dalam mewujudkan terpenuhinya kebutuhan nyata, serta peningkatan kesejahteraan bersama.

Guna menyelesaikan masalah dengan pendekatan *Coopreneurship*. (Rachmawati, 2016) Hal ini seiring dengan ciri khas wirausaha yang selalu memiliki inovasi dan kreatifitas, maka pendekatan *coopreneurship* dilakukan dengan cara : a.). Pengkondisian situasi. Dari awal diciptakan suasana kekeluargaan antara pelaku usaha dan peneliti untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi. b.) *Entrepreneurship*. Pelaku usaha akan diberi pelatihan dan pendampingan untuk mengembangkan proses produksi dan pengemasannya dan mitra kedua diberi pelatihan dan pendampingan pengembangan jaringan pemasaran dan *E-Business* sebagai sarana promosinya. Bagi masyarakat Ex Dolly dan sekitarnya dengan adanya pengutan dan pengembangan produksi minuman Orummy, menurut tokoh masyarakat , Pak Bani, 50 th. Menyebutkan “program penguatan ini bisa dipakai sebagai proyek percontohan untuk kampung sekitarnya dan diharapkan menjadi tenaga yang terlatih di dalam pengelolaan manajemen usaha dan mampu menyebarluaskan kegiatan ini ke masyarakat luas lainnya”. Agar pendekatan *Coopreneurship* (Sukarno, Rachmawati, 2016) ini benar-benar mempunyai nilai tambah bagi masyarakat, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan, yaitu : a. Aspek Ergonomis, yaitu bagian dari produk yang dihasilkan perlu diperhatikan keergonomisannya adalah: Design kemasan dan Variasi Pengadaan kemasan, b. Aspek ekonomis, yaitu produksi orummy harus menarik namun tetap berkualitas sehingga tidak mudah rusak. c. Aspek fungsional, yaitu bahwa produk orumi harus mampu menampilkan fungsi utamanya yakni memberikan manfaat minuman sehat, d. Aspek tepat guna, yaitu produk orummy memang tepat dan berguna sesuai dengan situasi dan kondisi keberadaan mitra di ex dolly, sehingga design kemasan. hendaknya : Dibuat sesederhana mungkin. .Dibuat semudah mungkin untuk pembuatannya. Dibuat dengan orientasi aman dan sehat. Dilengkapi unit pengaman sehingga tidak berbahaya bagi pengguna. e.Aspek Pendidikan dan Pelatihan.



Gambar 2. Strategy Coopreneurship (Sumber: Data lapangan 2017)

Sebelum produk orummy dikembangkan oleh mitra, perlu diberikan pendidikan dan pelatihan yang memadai berkaitan tentang : Bagaimana mengelola usaha dengan benar. Bagaimana memberikan pelayanan yang baik. Pengembangan Kewirausahaan dan perluasan jaringan pemasaran dan promosi. Berikut beberapa dokumentasi terkait usaha mulai bahan baku hingga siap dipasarkan.



Gambar 3. Pembasahan BB. Orummy (Sumber: Data lapangan 2017)



Gambar 4. Hasil Olahan Orummy (Sumber: Data lapangan 2017)



Gambar 5. Botol Kemasan Orummy (Sumber: Data lapangan 2017)



Gambar 6. Kemasan Produk Siap Jual (Sumber: Data lapangan 2017)

Hakikat dari fungsi *entrepreneur* termasuk disini para *coopreneurship* adalah melihat dan menerapkan kemungkinan-kemungkinan kerjasama dan kegiatan gotong royong baru di bidang ekonomi. Fungsi ini disebut fungsi inovatif.

Secara substansi dan organisatoris, fungsi inovatif dapat dijabarkan dalam berbagai bidang kegiatan, seperti: mengenal keuntungan atau manfaat (benefit) dari kombinasi-kombinasi baru, evaluasi keuntungan (benefit) yang terkandung dalam kombinasi baru itu, pembiayaan, teknologi, perencanaan, dan pembangunan tempat-tempat produksi, Pengadaan pendidikan dan memimpin tenaga kerja, Negosiasi dengan pemerintah/ badan resmi yang berwenang, negosiasi dengan pemasok dan pelanggan, (Hendar dan Kusnadi, 1999). Dari ketujuh fungsi di atas kemungkinan tidak dapat dilaksanakan semuanya oleh seorang *coopreneurship* secara efektif. Yang penting seorang *coopreneurship* dapat mengorganisir proses pembauran sehingga tercipta kombinasi baru. Seorang *coopreneurship* harus melaksanakan tanggung jawab utamanya dalam melaksanakan segala fungsi, walaupun tidak seluruhnya bisa dilaksanakan. Dalam melaksanakan fungsi-fungsi tersebut menurut Hendar dan Kusnadi, 1999, seorang *coopreneurship* dihadapkan pada kendala sebagai berikut : Kemungkinan bertindak inovatif tidak selalu merupakan kemungkinan yang diizinkan menurut hukum. Jadi inovator tidak mempunyai hak untuk menerapkan tindakan inovatif. Kemungkinan inovatif yang diperbolehkan harus ditemukan dan kemudian dilaksanakan penerapannya. Untuk itu diperlukan kemampuan (kompetensi) baik personal maupun organisatoris. Kalaupun kemungkinan inovasi tertentu tidak terlarang dan masih dalam rangka kesanggupan seseorang atau kelompok, maka perseorangan atau kelompok itu perlu memiliki motivasi untuk menerapkan inovasi itu. Berdasarkan hasil wawancara bahwa : Manfaat yang dirasakan oleh masyarakat :

Menurut Bapak Jarwo, 40 th. menyebutkan *"Selama perubahan fungsi bisnis yang positif meskipun pada awalnya sulit tapi berangsur-angsur berkembang dan dapat membuat suatu perubahan pada kawasan ex-dolly, terlebih setelah ada kegiatan pendampingan dan pelatihan sehingga kampung orummy bisa menjadi destinasi wisata baru dengan membawa citra positif, hal tersebut membuat warganya semakin nyaman dan lingkungannya menjadi bersih"*. Strategi *coopreneurship* perlu dilakukan untuk memudahkan melakukan pembinaan dan hubungan kerja secara kekeluargaan dengan pelaku usaha baik secara informal dalam bentuk saling tukar informasi maupun secara formal. Dan secara bergotong royong mereka bisa saling mendukung untuk menyiapkan dan menyokong

produktivitas orumy secara bersinergi dan saling menguntungkan. Seperti misalnya: ada beberapa pelaku usaha yang mendukung untuk menyiapkan kemasannya, ada yang menyediakan bahan bakunya, ada pula bagian dari team pemasaran yang menyuplay ke tempat-tempat pemasaran strategis yang kesemuanya dikerjakan secara bersama dan bersinergi agar orumy lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat dan dapat dikerjakan oleh warga kampung orumy.

Simpulan

Dengan adanya penguatan produksi minuman Orumy maka terwujudnya produk orumi yang mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Produk orumy bisa berkembang baik jika para pelaku usaha mampu bekerjasama dan bersinergi dengan kapasitas pelayanan yang baik dan saling mendukung sedemikian rupa dan usaha orumy mampu menyerap sumber daya manusia untuk bisa dikelola digunakan sebagai pengembangan entrepreneurship.

Keterlibatan dan ketertarikan Masyarakat sekitar dilakukan dengan pendekatan coopreneurship, tujuannya untuk memingkatkan ekonomi kreatif di kampung Orumy dan secara bergotong royong mendukung semua kegiatan produktivitas Orumy agar lebih dikenal dan diminati masyarakat serta menjadikan kawasan ex-dolly menjadi destinasi wisata baru yang memiliki citra positif dan bisnis positif sehingga masyarakat nya merasa bangga dan nyaman .

Referensi

Hendar Dan Kusnadi. (1999). [https://www.google.co.id/search?q=\(Hendar+Dan+Kusnadi,\(1999\)+\)&tbm=isch&tbo=U&source=univ&sa=X&ved=2ahukewj9rlx97crahubfcskhvcmbvgqsar6bagfeae&biw=1008&bih=635](https://www.google.co.id/search?q=(Hendar+Dan+Kusnadi,(1999)+)&tbm=isch&tbo=U&source=univ&sa=X&ved=2ahukewj9rlx97crahubfcskhvcmbvgqsar6bagfeae&biw=1008&bih=635).

Novaria Rachmawati, Rohimah Afifatur. Community Based Tourism Development As A Strategy Of Community Empowering And Tourism Marketing In Wonosalam District, Jombang , R Novaria, A Rohimah, *Prosiding Semnasfi* - <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster>

Novaria Rachmawati, Hardjosoewito Soekarno, Maduwintarti Ayun, Maruta IGN Anom, Suroso. URL: <https://doi.org/10.15640/jssw.v4n2a6>, Make Trade

Illegal Urban Of Metropolitan City To Entrepreneurship-Cooperation Residents , N Rachmawati, H Soekarno, M Ayun, M IGN Anom, Suroso, *Journal Of Sociology And Social Work* December 2016, Vol. 4, No. 2, Pp. 53-58

Suka suka dewi, URL:

<https://sukasukadwi.wordpress.com/2014/01/03/kewirakoperasian/>

Sukarno-Hardjosoewito, Rachmawati-Novaria, Development Of Urbanite Illegal Business To Be A Town Citizen Of The Cooperative Rntrepreneurial Mainstay In Surabaya East Java, Sukarno-Hardjosoewito, Rachmawati-Novaria, *Proceeding The 13 Th International Asian Urbanization Conference: Rapid*