

"WINGKO SEMAR" Eksotisme Kuliner Tradisional Khas Semarang Dengan Nuansa Edukasi Budaya Wayang

Ida Sarotul fitriah¹, Choirul Helmawan¹,
Maria Fitriani¹, Fitri Nur Oktiviani¹, Eko
Anggoro Bibi Basuki¹

¹Jurusan Pendidikan Matematika, FPMIPA,
Universitas PGRI Semarang
email: idasarotulfitriah@gmail.com

Abstract

The agriculture result that is produced by Indonesian farmers especially in Java such as: pumpkin, cassava, and yams. Pumpkin, cassava, and yams have nutrient contains that useful for health. While the price are achievable so they have many potential to be developed for human food. Wingko is one of traditional meal that is the most popular in Semarang. Based on Wingko's extension that is never less of buyer, we have initiative to create an innovation called "Wingko Semar" to be an innovation in entrepreneurship as the way for the utilization of local food sources (Pumpkin, cassava, and yams) and as education facility about Wayang culture. Because the values of Wayang cultures that is forgot by the teenagers. The icon of Semar is chosen for this product because it can be seen by the philosophy from Semar character. It describes a people who behaves a wise attitude. Along with the character that exists and lives forever. Based on our hope, this "Wingko Semar" business can grow and develop and still exist forever. To introduce this product to the consumers, we apply marketing strategy based social promotion which promotes by using product tester so that, it can attract the consumers more effective. Besides that, we also open pre-order system not only online but also offline. The innovation of "Wingko Semar" product which is different with another product can be accepted well by public. It has a high market opportunity to be developed continuously, and it's proved by the "Wingko Semar" sale which increases every month.

Keywords : Wingko extension, Local food sources, education facilities.

1. PENDAHULUAN

Potensi sumber daya pertanian Indonesia sangat kaya dan beragam. Hasil pertanian yang banyak dihasilkan para petani di Indonesia khususnya di Jawa antara lain; waluh, singkong dan ketela. Waluh, singkong dan ketela menjadi tanaman pilihan petani karena baik dalam pembibitan, penanaman maupun perawatannya tergolong mudah. Disamping itu juga memiliki kandungan gizi yang sangat bermanfaat bagi kesehatan, sementara harganya terjangkau sehingga berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk pangan.

Waluh termasuk tanaman yang produktif, meskipun hanya ditanam sebagai tanaman sela/tumpang sari, produktivitasnya berkisar antara 20-40 ton/hektar. Kandungan gizi pada waluh pun cukup lengkap, setiap 100 gram waluh mengandung vitamin A 115,00 RE, vitamin C 18,00 Mg, zat besi 1,20 G, kalsium 24,00 Mg, serat 0,90 G, karbohidrat 4,90 G, fosfor 36,00 Mg, Niacin 0,50 Mg, dan protein 0,80 G (Direktorat Gizi, Depkes 2009). Disamping itu waluh juga mempunyai peranan penting untuk mencegah penyakit degeneratif, seperti diabetes mellitus, arteloslklerosis, jantung koroner, tekanan darah tinggi, bahkan dapat mencegah penyakit kanker salah satu penyakit yang paling mematikan di dunia.

Guru besar Unej (pusat penelitian singkong di Indonesia) mengatakan "Potensi budidaya dan pengolahan singkong belum dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat, padahal produksi singkong di Indonesia terus meningkat dan pada tahun 2012 tercatat produksi singkong nasional mencapai 25 juta ton". Tentu hal ini sangat di sayangkan, mengingat singkong merupakan tanaman yang memiliki kandungan gizi cukup lengkap yang bermanfaat untuk kesehatan. Dalam 100 gram singkong mengandung kalori 154 gram, protein 1 gram, lemak 0,3 gram, karbohidrat 36,8 gram, sementara seratnya sebesar 0,9 gram, dan kandungan airnya mencapai 61,4 gram.

Disisi lain ubi jalar (ketela) merupakan umbi-umbian yang mengandung senyawa antioksidan paling komplit. Kandungan betakaroten ubi jalar adalah yang paling tinggi di antara padi-padian, umbi-umbian, dan hasil olahannya. Varietas ubi jalar ungu lebih kaya akan kandungan vitamin A

mencapai 7.700 mg per 100 gr, ratusan kali lipat dari kandungan vitamin A dalam bit dan 3 kali lipat dari tomat. Sebuah keunikan, kombinasi vitamin A (betakaroten) dan vitamin E dalam ubi jalar ungu dapat bekerja sama menghalau stroke dan serangan jantung. Kesimpulan dari sebuah penelitian menyebutkan kalium yang terkandung dalam ubi jalar ungu memangkas 40% risiko penderita hipertensi terserang stroke fatal, tekanan darah tinggi pun menurun 25%. Hampir semua zat gizi yang terkandung dalam ubi jalar ungu mendukung kemampuannya memerangi serangan jantung koroner.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa waluh, singkong dan ketela merupakan sumber pangan yang potensial untuk dikembangkan dan dapat diandalkan. Namun sangat disayangkan di Indonesia belum banyak dilakukan pemanfaatan secara khusus. Dengan potensi gizi yang dimiliki maka waluh, singkong dan ketela mempunyai prospek besar untuk diolah menjadi produk pangan dengan potensi perolehan profit yang tinggi.

Wingko dikenal sebagai salah satu jajanan tradisional khas kota Semarang. Jajanan ini merupakan salah satu jajanan yang paling dicari di kota Semarang. Melihat eksistensi wingko yang tak pernah sepi peminat ini, kami berinisiatif untuk menciptakan sebuah inovasi yaitu "Wingko Semar". "Wingko Semar" ini menjadi sebuah inovasi dalam berwirausaha sebagai upaya pemanfaatan sumber daya pangan lokal (waluh, singkong dan ketela) sekaligus menjadi sarana edukasi tentang budaya wayang, mengingat realita tentang nilai-nilai budaya wayang yang mulai dilupakan oleh generasi muda.

Pemilihan tokoh Semar menjadi ikon produk kami ini karena melihat filosofi dari tokoh Semar merupakan gambaran seseorang yang berlaku bijak. Di dalam pertunjukan wayang kulit purwa Jawa, nama tokoh wayang semar merupakan tokoh yang ada dan hidup sepanjang jaman. Sesuai dengan harapan kami pula usaha "Wingko Semar" ini dapat tumbuh berkembang dan tetap eksis sepanjang jaman.

2. METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan PKM-K "Wingko Semar" ini dilaksanakan selama 5 bulan, dimulai bulan Maret hingga Juli 2014. Tempat pelaksanaan kegiatan kewirausahaan ini dilaksanakan di berbagai tempat meliputi lokasi rumah produksi yang berada di Desa Mranggen, pemasaran di lingkungan kampus Universitas PGRI Semarang, Simpang Lima (saat *car free day*) serta di Toko Mita Jaya Mranggen salah satu mitra usaha "Wingko Semar".

Persiapan

Setelah melakukan koordinasi dengan dosen pendamping segera kami lakukan tahap persiapan, meliputi perencanaan kegiatan usaha melalui rapat perdana tim, persiapan tempat usaha, pengadaan alat dan bahan produksi yang kami beli di beberapa toko dan pasar tradisional, serta uji coba pembuatan produk wingko.

Proses Produksi

Proses produksi rutin (hari-hari biasa) dilakukan sebanyak 2 sampai 3 kali produksi dalam satu minggu. Sementara pada Ramadhan dan Idul Fitri kami lebih banyak melakukan promosi dan melakukan produksi sesuai dengan order pesanan. Adapun langkah-langkah pembuatan "Wingko Semar" antara lain : a) Mengupas, mencuci waluh, singkong dan ketela hingga bersih, b) Memotong-motong waluh, singkong dan ketela menjadi ukuran sedang, mengukus dan meniriskan, c) Mendinginkan dan menghancurkan waluh, singkong dan ketela hingga siap di jadikan adonan, d) Mencampurkan waluh bersama tepung ketan, parutan kelapa, gula, vanili bubuk, dan garam hingga merata, e) Menyiapkan loyang kotak kemudian adonan dicetak bulat, f) Panggang dalam oven selama 45 menit hingga matang, angkat dan sisihkan, g) "Wingko Semar" siap di kemas dan di pasarkan dalam keadaan masih hangat.

Strategi Pemasaran yang Diterapkan

Strategi pemasaran yang diterapkan adalah : a) Memperkenalkan produk kepada konsumen dengan berbasis *social promotion*, yaitu memasarkan produk menggunakan tester berupa *sampel* produk jadi yang dipotong kecil-kecil untuk semua varian rasa sehingga dapat menarik konsumen lebih efektif, b) Mengutamakan kualitas produk untuk mendapatkan banyak konsumen, c) Memberikan layanan terbaik kepada semua konsumen untuk menarik pelanggan, d) Membuat paket produk, agar konsumen membeli lebih dari satu produk, e) Memberikan penawaran khusus jika memesan dalam jumlah besar.



Gambar 1. Banner "Wingko Semarang"

Promosi

Promosi produk dilakukan melalui pembagian tester, brosur, kartu nama, media sosial seperti facebook, twitter dan blackberry-messenger. Bahkan kami juga merambah pada situs penjualan online yang sudah terkenal seperti olx.co.id dan berniaga.com, serta membuka stand penjualan pada gelar wirausaha lokal.



Gambar 2. Kartu nama "Wingko Semarang"



Gambar 3. Facebook "Wingko Semarang"



Gambar 4. Stand penjualan "Wingko Semarang"
Penjualan

Penjualan secara langsung dilakukan disela-sela kegiatan perkuliahan di lingkungan kampus dan saat car free day di Simpang Lima Semarang yang rutin dilaksanakan pada hari Minggu. Selain melakukan penjualan secara langsung kami juga melakukan kerjasama dengan Toko "Mita Jaya" Mranggen, kami melakukan retur produk setiap 3 hari sekali. Sementara untuk pemesanan kami menerapkan sistem fresh by order.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha dengan produk “Semar Wingko Babad” yang berjalan selama ini telah dilakukan dengan baik. Adapun profit yang diperoleh dalam periode penjualan 4 bulan pertama adalah sebanyak Rp 3.550.900,- dengan penjualan sebanyak 3.971 wingko.

Cashflow Produksi

Untuk setiap produksi dapat menghasilkan wingko setidaknya 130 buah.

Kapasitas produksi = 130 buah

Harga produksi = Rp. 620

per kemasan

Harga jual = Rp. 1.500/buah

Kemampuan jual = Rp. 195.000/ produksi

Total = Rp. 5.850.000/ bulan

Keperluan bulanan

Biaya produksi 30xRp 86.000

= Rp 2.580.000

Transportasi Rp 100.000

Promosi Rp 50.000 +

Total Rp 2.730.000

Profit bulanan

= Total penjualan bulanan – keperluan

bulanan = 5.850.000 – 2.730.000

= Rp 3.120.000

Indikator Keberhasilan Program

Dalam pelaksanaan program ini kami telah berhasil mencapai target luaran PKM-K. Hasil ini kami peroleh melalui kerjasama tim yang dapat diandalkan dan kami terus bersinergi melakukan perbaikan kinerja tim dengan penuh strategi dan kerja keras. Adapun hal yang dapat dijadikan indikator keberhasilan dalam program ini adalah: a) Berhasil menciptakan “Wingko Semar” dengan komposisi yang tepat, resep yang tertulis di proposal merupakan resep hampir final yang sudah kami uji coba sebelum pengajuan proposal sehingga uji coba produksi wingko tidak memerlukan waktu yang begitu lama, b) Tercipta 6 varian rasa wingko yakni antara lain : *original* waluh, waluh coklat, waluh pandan, *original* singkong, singkong keju dan *original* ketela, c) Telah berhasil menciptakan kemasan wingko dengan nuansa edukasi budaya wayang yang menambah nilai estetika tersendiri sehingga “Wingko Semar” semakin menarik, d) Mempromosikan produk melalui

pembagian *tester*, brosur, kartu nama serta media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *blackberry-messenger*. Bahkan juga merambah pada situs penjualan online yang sudah terkenal seperti *olx.co.id* dan *berniaga.com.*, e) Melakukan penjualan dengan berjualan di Simpang Lima Semarang (saat *car free day*), berjualan di kampus, bekerjasama dengan toko, melayani order pesanan serta membuka *stand* penjualan pada gelar wirausaha lokal, f) Mendapatkan respon baik dari konsumen terutama di lingkungan kampus Universitas PGRI Semarang. Hal ini dapat dilihat dari penjualan “Wingko Semar” yang sering habis terjual, g) Mayoritas konsumen menyukai “Wingko Semar” karena produk ini berbeda dibandingkan dengan wingko yang lainnya yakni dari segi bahan dasar yang menjadikan wingko lebih bergizi, kemasan yang lebih menarik, serta varian rasa yang beraneka macam.

“Wingko Semar” menjadi sebuah inovasi dalam berwirausaha sebagai upaya pemanfaatan sumber daya pangan lokal (waluh, singkong dan ketela) sekaligus menjadi sarana edukasi tentang budaya wayang, mengingat realita tentang nilai-nilai budaya wayang yang mulai dilupakan oleh generasi muda.



Gambar 5. Penjualan saat *car free day*



Gambar 6.”Wingko Semar mulai menjelajahi pasar

Kemasan dari produk “Wingko Semar” menggunakan kemasan dari bahan kertas. Pada bagian depan kemasan menggambarkan tokoh karakter dalam pewayangan yang tidak hanya terbatas mengenalkan tokoh Semar saja, melainkan juga Gareng, Petruk dan Bagong. Dibagian belakang kemasan menjelaskan tentang filosofi karakter wayang sesuai dengan gambar pada bagian depan kemasan, sehingga dapat mengedukasi konsumen tentang karakter tokoh dalam pewayangan punakawan.

Selain sebagai sarana edukasi, gambar wayang menambah nilai estetika tersendiri yang menjadikan “Wingko Semar” semakin menarik. Melalui produk “Wingko Semar” ini kami meyakini akan lebih banyak generasi muda yang mengenal dan mencintai wayang sebagai kebudayaan Indonesia bahkan sejak usia dini.

Dari data hasil penjualan “Wingko Semar” terlihat bahwa terdapat peningkatan volume penjualan pada setiap bulan, seiring dengan publikasi dan promosi yang terus ditingkatkan baik melalui pendekatan personal maupun melalui *social networking*. Puncak penjualan wingko terbanyak terjadi pada bulan Juli, hal ini karena kami memanfaatkan momentum jelang Hari Raya Idul Fitri dimana banyak orang yang mencari oleh-oleh untuk silaturahmi. Kesempatan ini kami manfaatkan untuk memperbanyak prospek calon pelanggan.

Produk “Wingko Semar” mulai dikenal luas dan konsumen tersebar di beberapa wilayah di Indonesia mulai dari Semarang, Demak, Kendal, Pati, Jepara, Bekasi dan Jakarta. BEP produk “Wingko Semar” tercapai pada bulan Juli, hal ini merupakan bukti nyata bahwa “Wingko Semar” dapat diterima masyarakat. Sehingga tentu saja “Wingko Semar” ini dapat menjadi suatu usaha yang menguntungkan dengan modal yang relatif kecil tetapi memiliki potensi perolehan profit yang tinggi. Permintaan *reseller* pun mulai muncul dari sebagian konsumen “Wingko Semar”. Kondisi ini tentu akan semakin mendukung perluasan pasar produk “Wingko Semar”.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa: a) Inovasi produk “Wingko Semar” layak untuk dipasarkan, dengan modal yang relatif kecil memiliki potensi perolehan profit yang tinggi, b) Produk “Wingko Semar” dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sehingga menjadi sebuah peluang untuk terus mengembangkan usaha yang berorientasi pada *profit* sebagaimana layaknya sebuah usaha dan turut serta membangkitkan usaha mandiri yang ada di Indonesia.

Untuk meningkatkan mutu produksi dan pemasaran, maka perlu : a) Meningkatkan kreativitas inovasi terhadap produk dan kemasan “Wingko Semar” supaya tercipta produk baru yang unggulan dan berkualitas, b) Menciptakan inovasi produk baru (wingko kering) agar produksi bisa dilakukan dalam skala yang lebih besar sehingga dapat lebih mudah memperluas jangkauan dan jaringan pemasaran, c) Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia untuk mendukung tercapainya target produksi dan pemasaran, d) Memperbanyak jalinan kerjasama, salah satunya dengan pihak kampus agar menjadikan “Wingko Semar” sebagai *brand* oleh-oleh Khas Universitas PGRI Semarang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian laporan akhir ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada: 1) Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi, yang telah memberikan peluang terlaksananya PKM-K ini, 2) Rektor Universitas PGRI Semarang yang telah mendukung terlaksananya program kreativitas mahasiswa ini, 3) Bapak Muhtarom, S.Pd, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, nasehat, saran, dan pengarahan selama kegiatan program kreativitas mahasiswa ini berlangsung, 4) Orang tua penulis yang telah banyak memberi dukungan baik moril maupun materiil, 5) Masyarakat di lingkungan penulis yang telah memberikan dukungan dan apresiasi penuh terhadap kegiatan program kreativitas mahasiswa ini.