

Studi Mengenai Strategi Pemasaran Makanan Tradisional “*Panggalong*” dan Kandungan Gizi Yang Terkandung di Dalamnya Menggunakan Konsep “*Marketing Mix*”

Julianto Hutasuhut

Dosen Universitas Muslim Nusantara Alwasliyah Medan

julianto@umnaw.ac.id

ABSTRAK

Memahami nilai edukasi dari strategi dan proses pemasaran makanan dapat dilihat dan diutamakan dari segi kandungan gizi dan teknik yang berkaitan dengan nilai Edukasi yang terkandung didalamnya. Pemberdayaan ekonomi merupakan sebuah kegiatan yang sangat potensial untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Upaya ini dapat dilakukan melalui penguatan usaha mikro dan kecil (UMK) karena secara empiris kontribusinya dapat berpengaruh langsung memperluas kesempatan kerja dan memperkuat daya beli masyarakat. Industri makanan *panggalong* di Kecamatan Sipirok merupakan jenis usaha yang masih berskala mikro namun mempunyai potensi pasar yang menjanjikan. Kondisi pasar dan trend permintaan terhadap produk tersebut terus meningkat, namun peluang bisnis ini belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Pengelolaan usaha dan saluran pemasaran masih bersifat konvensional yaitu masih mengandalkan tenaga manusia, peralatan yang sederhana dan dikelola dengan ilmu pengetahuan yang seadanya. Untuk membantu para mitra agar usahanya lebih maju tim pengabdian merasa terpanggil untuk ikut berpartisipasi menjelaskan kepada mereka tentang bagaimana mengelola bisnis secara modern yaitu dengan memahami strategi pemasaran dengan konsep “*Marketing Mix*”. Secara implisit pengusaha bersedia dan kooperatif menerima materi yang disampaikan. Target yang diharapkan dari pengabdian ini adalah bisnis *panggalong* yang digeluti kedua mitra dapat semakin maju dan meningkatkan kontribusinya dalam menguatkan perekonomian masyarakat Sipirok melalui strategi pemasaran *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran).

Kata Kunci : Studi, Strategi, *Panggalong* , Kandungan Gizi, *Marketing mix*

ABSTRACT

Understanding the educational value of food marketing strategies and processes can be seen and prioritized in terms of nutritional content and techniques related to the educational value contained therein. Economic empowerment is a potential activity to improve the standard of living and welfare of the community. This effort can be done through strengthening micro and small businesses (MSEs) because empirically its contribution can directly influence job opportunities and strengthen people's purchasing power. *Panggalong* food industry in Sipirok District is a type of business that is still micro-scale but has promising market potential. Market conditions and trends in demand for these products continue to increase, but this business opportunity cannot be utilized maximally. Business management and marketing channels are still conventional in nature, that is, they still rely on human resources, simple equipment and are managed with the minimum knowledge. To help partners improve their business progress, the service team felt compelled to participate in explaining to them how to manage the business in a modern way by understanding the marketing strategy with the concept of "Marketing Mix". The entrepreneur is implicitly willing and cooperative to accept the material presented. The expected target of this dedication is the call business that both partners are able to move forward and increase

their contribution in strengthening the economy of the Sipirok community through the Marketing Mix marketing strategy

Keywords : Study, Strategy, Panggelong, Nutrition, Marketing mix

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Panggelong adalah sebuah makanan yang tak asing lagi bagi masyarakat Sipirok sehingga merupakan salah satu makanan khas di sekitar Kecamatan Sipirok. Makanan ini pada awalnya diproduksi secara musiman oleh warga setempat yang bersifat cemilan dengan tujuan bukan untuk dikomersilkan. Fenomena inilah yang menjadi salah satu daya tarik sehingga panggelong dirindukan dan dicari masyarakat. Secara historis makanan panggelong diproduksi menjelang hari-hari besar seperti Lebaran (Idul Fitri). Makanan ini secara khusus disajikan kepada tamu yang datang berlebaran atau saling berkunjung dari rumah ke rumah. Selain itu pada saat para pemudik mau kembali ke perantauan makanan panggelong sering dijadikan oleh-oleh atau buah tangan yang dikemas dalam wadah yang terbuat dari daun yang dalam bahasa setempat biasa disebut daun sikkut. Hal ini bertujuan agar gula merah yang melekat pada makanan panggelong tidak mudah mencair dan dapat bertahan sekitar 24 jam. Seiring dengan perkembangan kegiatan ekonomi, panggelong mulai diproduksi dan dikomersilkan menjelang hari Senin dan Kamis setiap minggu yang dalam istilah lokal disebut *ari poken* (hari pekan). Dalam perkembangan bisnis selanjutnya, makanan panggelong sudah dapat ditemukan dan dibeli setiap hari namun hanya di tempat-tempat tertentu atau langsung kepada produsennya dengan kuantitas penawaran yang relatif terbatas. Selain hal tersebut proses produksi panggelong masihlah bersifat konvensional yaitu dengan mengandalkan tenaga manusia, peralatan dan metode yang seadanya. Hal inilah salah satu faktor yang menyebabkan proses produksi dan pemasaran panggelong sampai dengan saat ini masih sangat terbatas. Proses produksi dimulai dari proses pengadonan, penggorengan dan pencelupan dalam cairan gula hingga proses pemasaran. Komposisi utama bahan bakunya terdiri dari tepung ketan/pulut, gula aren cair dan bahan-bahan lainnya. Daerah Sipirok yang terkenal kaya dengan komoditas pertanian memungkinkan pengusaha dapat memilih bahan-bahan dengan kualitas terbaik. Potensi inilah yang selanjutnya menjadikan panggelong mempunyai cita rasa yang lezat dan khas sehingga trend permintaan cenderung meningkat. Untuk mendapatkan panggelong, harga yang harus dibayar tergolong murah yaitu hanya Rp 1.000 per buah. Selain itu panggelong juga dapat dibeli secara per bungkus yaitu dengan harga Rp10.000 perbungkus dengan isi 10 buah atau Rp5.000 dengan isi 5 buah.

2. Perumusan Masalah

Secara umum masalah yang paling mendasar dihadapi para mitra adalah bukanlah keterbatasan sarana dan prasarana bisnis. Namun hal yang paling mendasar adalah ketidaktahuan merencanakan produksi dan strategi pemasaran yang lebih sistematis. Hal ini sebenarnya dapat disikapi dengan memperhatikan bagaimana cara menciptakan harga yang menarik, promosi dan distribusi yang tepat dan tempat yang memberikan kenyamanan bagi para pelanggan serta bagaimana memuaskan dan memelihara kesetiaan pelanggan.

3. Tujuan Penelitian

Pengabdian ini bertujuan untuk membantu pengusaha industri rumah tangga makanan khas Sipirok “Panggelong” untuk meningkatkan pemasaran, produksi dan sekaligus pendapatannya. Maka untuk mewujudkan hal tersebut kegiatan ini perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak termasuk insan akademisi. Sebagaimana yang telah dijelaskan tentang permasalahan yang dihadapi kedua mitra sebenarnya animo dan respon mereka

sangat besar untuk memajukan usahanya. Kendala yang ditemukan adalah kurangnya pemahaman tentang bagaimana cara mengembangkan usahanya secara lebih baik dan kompetitif. Hal inilah yang menjadi penghambat untuk memperluas pemasaran dan produksinya

4. Manfaat Penelitian

Selain tujuan penelitian yang akan dicapai maka hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis:
 - a. Untuk menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan baru bagi siswa tentang Virus.
 - b. Menjadi referensi bacaan dan menambah wawasan bagi para guru.
 - c. Untuk meningkatkan keterampilan peneliti dalam membuat karya ilmiah.
2. Secara Praktis:
 - a. Sebagai bahan masukan bagi penulis yang nantinya akan mengajar di sekolah.
 - b. Sebagai bahan pertimbangan bagi guru Biologi untuk menggunakan model pembelajaran sesuai dengan materi pembelajaran.
 - c. Sebagai bahan perbandingan yang relevan bagi penelitian selanjutnya untuk ditindak lanjuti

II. METODE PENELITIAN

Pengabdian ini dilaksanakan selama dua hari yaitu tanggal 27 s/d 28 November 2017. Untuk mendapatkan solusi dan agar mereka termotivasi menyikapi permasalahan bisnisnya ada beberapa pendekatan yang dilakukan tim pengabdian, antara lain adalah :

- a. Memberikan literatur tentang konsep *Marketing Mix*.
- b. Memberikan contoh beberapa perusahaan keluarga yang dapat menjadi perusahaan besar berkat keuletan dan semangat bisnis yang tinggi. Contohnya adalah Es Teler 77 yang sudah berdiri lebih dari 30 tahun.
- c. Mempertontonkan video melalui HP dan dan sharing dengan mereka tentang pengalaman beberapa pengusaha yang sukses membangun bisnisnya.
- d. Mempertontonkan melalui HP dan berdiskusi tentang beberapa metode pemasaran yang dijelaskan para ahli maupun praktisi ekonomi

SOLUSI

Oleh karena itu, dalam pengabdian ini solusi yang ditawarkan kepada mitra adalah:

1. Menyempurnakan strategi pemasaran misalnya yang selama ini target pasar hanya di sekitar kota Sipirok dapat diperluas pemasarannya dengan sistem jemput bola atau mendatangi para calon konsumen di luar daerah Sipirok. Maka dalam hal ini tim pengabdian menyarankan agar pengusaha mulai bergerak menghubungi para pedagang makanan, grosir, swalayan yang berada di luar kota Sipirok seperti kota terdekat Padang Sidempuan, Gunung Tua, Sibuhuan, Panyabungan, Sibolga, untuk memperdagangkan makanan panggelong dengan sistem titipan (konsinyasi).
2. Agar mudah diterima masyarakat dengan image produk yang lebih baik para mitra disarankan dapat merubah kemasan (*packing*). Panggelong yang selama ini dibungkus dengan daun sikkut segera harus dicoba merubahnya dengan kemasan yang lebih menarik dan terlihat higienis. Dalam kemasan tersebut sekaligus akan dicantumkan tentang komposisi bahan yang digunakan, tanggal/kode produksi, tulisan halal serta hal lain yang dianggap perlu. Untuk merancang kemasan, tim pengabdian akan meminta bimbingan dari Dinas Perdagangan dan Industri Kab. Tapanuli Selatan. Jika pihak mitra setuju dengan tekstur kemasan yang disarankan maka tim akan membantu dengan mensosialisasikannya terlebih dulu kepada konsumen

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian yang dilakukan adalah mencakup hal-hal berikut:

1. Langkah pertama yang dilakukan tim pengabdian adalah memberikan sosialisasi tentang bauran pemasaran sekaligus meminta kesediaan mitra merubah strategi pemasaran dengan yang lebih modern dan kompetitif. Selanjutnya mitra dibimbing untuk aktif menganalisa pasar yaitu dengan memperbaiki kemasan ke arah yang lebih menarik. Misalnya dengan pencatuman merk, komposisi, kode produksi, label halal dan hal lainnya yang dianggap perlu. Selanjutnya dipahamkan bagaimana pentingnya fungsi pemasaran dalam pengembangan sebuah bisnis.
2. Langkah selanjutnya adalah tim pengabdian mengarahkan para mitra agar dapat meningkatkan omzet penjualan dan pendapatan mitra melalui perluasan pasar. Tim pengabdian dapat membantu mitra dalam menghubungi para pedagang makanan, grosir dan swalayan di beberapa kota yang berdekatan dengan kota Sipirok seperti kota Padang Sidempuan, Gunung Tua, Panyabungan, Tarutung, Sibolga, dll. Untuk langkah perluasan selanjutnya tim merencanakan untuk memperluas pemasaran sampai ke Kota Medan.

Hasil yang telah dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah :

1. Pemikiran dan motivasi kedua mitra semakin terbuka untuk memajukan bisnis panggelong.
2. Pengetahuan mitra tentang strategi pemasaran *Marketing Mix* semakin bertambah.
3. Mitra mampu mengembangkan bisnis panggelong sekaligus dapat meningkatkan berkontribusinya terhadap penguatan ekonomi masyarakat Sipirok.

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Pelaksanaan PKM ini berada pada tahap sosialisasi ilmu pengetahuan dan teknologi dalam upaya memajukan bisnis panggelong di Kecamatan Sipirok. Hasil yang diharapkan selanjutnya adalah meningkatkan pangsa pasar agar panggelong semakin dikenal dan disukai masyarakat. Pangsa pasarnya bukan hanya di sekitar daerah Sipirok tetapi dapat meluas ke luar daerah sehingga dapat bersaing pada tingkat pasar yang lebih tinggi dengan memasuki pasar-pasar modern seperti swalayan, mini market dan lain-lainnya. Selain itu kemasan atau pembungkus makanan ringan panggelong dapat lebih disempurnakan seperti penjelasan pada gambar di bawah ini :

Kemasan atau pembungkus semula :



menjadi



IV. KESIMPULAN

Adapun proses produksi pembuatan panggelong Sipirok, cara pengemasan dan pemasarannya dapat dilihat seperti gambar di bawah ini.

Hutasuhut, J : Studi Mengenai Strategi Pemasaran Makanan Tradisional “Panggelong” dan Kandungan Gizi Yang Terkandung di Dalamnya Menggunakan Konsep “Marketing Mix”



Proses Pembungkusan (Packing)



Selanjutnya dengan semakin pesatnya perkembangan bisnis dan dengan semakin mudahnya masyarakat memperoleh informasi trend permintaan pasar terhadap panggelong kelihatan semakin hari semakin meningkat. Selain itu dengan adanya pemekaran Kabupaten Tapanuli Selatan yang menjadi-kota Sipirok sebagai ibu kota kabupaten, berdampak kepada semakin meningkatnya aktivitas transportasi darat yang melintas di jalinsum Sipirok (*trans-Sumatera*). Dengan kondisi yang demikian maka semakin banyak bus antar kota antar provinsi (AKAP), antar kota dalam provinsi (AKDP) dan mobil-mobil pribadi yang singgah di Sipirok untuk mencari makanan khas atau kuliner tradisional daerah setempat. Hal inilah seyogyanya yang harus menjadi perhatian dan sekaligus dapat menggali potensi kewirausahaan untuk memicu semakin menggiatnya kegiatan ekonomi di Sipirok. Melihat

Hutasuhut, J : Studi Mengenai Strategi Pemasaran Makanan Tradisional “Panggelong” dan Kandungan Gizi Yang Terkandung di Dalamnya Menggunakan Konsep “Marketing Mix”

fenomena bisnis yang ada, peluang ini hanya dapat dimanfaatkan oleh sebagian kecil masyarakat Sipirok. Kalaupun ada para pengusaha masih mengelolanya dengan cara yang sangat sederhana baik itu dari kegiatan produksi apalagi distribusinya. Memang saat ini makanan panggelong sudah dapat diperoleh setiap hari. Namun dengan waktu pelayanan penjualan yang terbatas menyebabkan banyak konsumen yang kecewa. Jam kerja pelayanan mulai dari jam 09.00 pagi sampai sekitar jam 14.00 WIB. Bahkan rasa kecewa konsumen semakin bertambah dengan terbatasnya kuantitas penawaran. Dengan kata lain walaupun sudah datang pada saat jam pelayanan yang ditentukan ternyata masih banyak konsumen yang tidak kebagian karena makanan panggelong keburu habis diborong konsumen yang lebih dulu datang membelinya. Selain itu masih banyak kelemahan yang harus diperbaiki agar bisnis kuliner makanan khas Sipirok “panggelong” dapat berkembang dan lebih bermanfaat bagi perekonomian masyarakat Sipirok. Melihat hal ini maka pengabdian akan merinci permasalahan para mitra agar tujuan pengabdian ini tercapai

DAFTAR PUSTAKA

Machfoeds, Mahmud, (2007). *Pengantar Bisnis Modern*, Penerbit : ANDI, Yogyakarta.

Manullang, M., (2103). *Pengantar Bisnis*, Penerbit : PT Indeks, Jakarta.

Simamora, Bilson, (2013), *Riset Pemasaran, (Falsafah, teori dan aplikasi)*, Rineka Cipta, Jakarta.

Sukadji, (2010). *Industri dalam Perkembangannya*, Penerbit : Balai Pustaka, Jakarta.

Tambunan, Tulus T.H., (2015). *Perekonomian Indonesia*, Penerbit : Ghalia Indonesia, Jakarta