

**MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK JAJANAN TRADISIONAL
GAMBLEH MENGGUNAKAN STRATEGI MARKETING MIX 7P****Fajar Tri Risqi¹, Ari Ristanto², Retno Karunia Putri³, Tri Wisudawati⁴**^{1,2,4} Fakultas Sains dan TeknologiTeknik Industri, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Jalan Pinang Raya no 47 Cemani,
Sukoharjo, 57552³Fakultas Hukum dan BisnisAkuntansi, Universitas Duta Bangsa Surakarta, Jalan Pinang Raya no 47 Cemani,
Sukoharjo, 57552email : tri.wisudawati@yahoo.com**Abstrak**

Seiring perkembangan zaman banyak bermunculan inovasi-inovasi makanan baru. Hal ini pula yang mengakibatkan makanan tradisional kurang diminati di pasaran. Masyarakat lebih suka hal-hal baru dan unik. Hal ini membuat makanan tradisional kalah saing dengan makanan baru. Banyak juga menyebut bahwa makanan tradisional ketinggalan zaman karena tampilan dan rasa yang monoton. Kurangnya minat masyarakat untuk mengkonsumsi makanan tradisional. Sehingga kini makanan tradisional mulai hilang di kehidupan masyarakat. Dengan inovasi rasa gambleh ini diharapkan dapat menarik konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi makanan tradisional. Sasaran produk kami adalah remaja hingga orang tua. Sehingga dengan adanya produk kami dapat melestarikan kuliner tradisional ke remaja dan bisa membuat orang tua bernostalgia dengan makanan tradisional ini. Beberapa proyeksi pengembangan usaha yang digunakan untuk meningkatkan penjualan dan kualitas makanan tradisional adalah dengan menggunakan strategi marketing mix 7P yaitu product, price, promotion, placement, people, proses, dan physical evidence. Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang didasarkan pada observasi dan wawancara. Tujuan dari penelitian ini adalah meningkatkan kualitas makanan tradisional gambleh sehingga penjualan meningkat dan tetap eksis serta bersaing dengan makanan kekinian sekarang. Dari hasil penelitian didapatkan hasil yaitu varian rasa yang baru dan unik, aman untuk dikonsumsi bagi semua usia, harga yang relative terjangkau, proses produksinya higienies, kemasan yang unik dan praktis, variasi gambleh dengan gambleh instan.

Kata kunci: *Gambleh, Makanan Tradisional, Marketing Mix 7P***1. PENDAHULUAN**

Seiring perkembangan zaman banyak bermunculan inovasi-inovasi makanan baru. Hal ini pula yang mengakibatkan makanan tradisional kurang diminati di pasaran. Masyarakat lebih suka hal-hal baru dan unik. Hal ini membuat makanan tradisional kalah saing dengan makanan baru. Banyak juga menyebut bahwa makanan tradisional ketinggalan zaman karena tampilan dan rasa yang monoton.

Salah satu makanan tradisonal yang sudah kurang diminati adalah makanan dari bahan singkong. Makanan tradisonal berbahan dasar singkong memang sering kita jumpai khususnya di daerah Jawa. Hal ini karena daerah Jawa merupakan salah satu penghasil singkong terbesar di Indonesia. Menurut data BPS wilayah pulau Jawa merupakan salah satu penghasil singkong terbesar yaitu: "provinsi Jawa Tengah sebesar 3.391.251 ton, provinsi Jawa Barat sebesar 2.310.846 ton, provinsi Jawa Timur sebesar 3.625.712 ton, dan DI Yogyakarta sebesar 709.060 ton" (BPS, 2015).

Makanan berbahan dasar singkong sangat banyak jenisnya. Salah satunya adalah Gambleh. Gambleh merupakan makanan yang terbuat dari singkong yang berubah kehitam-hitaman karena proses biologis. Pada zaman dahulu singkong yang menghitam dianggap limbah karena proses pengeringan yang kurang bagus sehingga hanya dibuang. Namun seiring berjalannya waktu penduduk Gunung Kidul berinovasi dan terciptanya makanan gambleh ini.

Bahan dasar gambleh adalah singkong yang sedikit telah membusuk. Pembusukan ini merupakan proses pembusukan biologis. Meskipun telah mengalami pembusukan makanan ini tetap dapat dikonsumsi dan tidak menimbulkan penyakit. Hal ini karena pada proses pengolahan telah melalui pembersihan yang bertahap sehingga dapat menghilangkan mikroorganisme yang menempel.

Gambleh pada umumnya memiliki rasa tawar dan aroma yang khas. Dalam pengolahannya sering ditambah parutan kelapa yang telah dicampur dengan gula sehingga menimbulkan rasa manis. Namun rasa yang dihidangkan hanya ada 2 pilihan yaitu manis dan asin. Kurangnya minat masyarakat untuk mengkonsumsi makanan tradisonal. Sehingga kini makanan tradisonal mulai hilang di kehidupan masyarakat. Dengan inovasi rasa gambleh ini diharapkan dapat menarik konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi makanan tradisonal.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan terobosan baru dan inovasi baru terkait makanan yang kekinian dengan citra rasa Indonesia. Untuk kedepannya dapat membuka lowongan pekerjaan untuk masyarakat apabila usaha semakin meningkat dan sukses dengan menggunakan strategi marketing mix 7P. Marketing mix 7P ini meliputi product, price, promotion, placement, people, proses, dan physical evidence (Arokiasamy, A.R. 2016).

2. PENDEKATAN PEMECAHAN MASALAH

a. Tahap Inovasi Produk

Penambahan jenis maupun varian rasa diharapkan dapat menarik konsumen baru dan memberikan dorongan kepada konsumen lama agar tidak beralih hati. Jenis produk yang diharapkan juga berupa makanan tradisonal di Indonesia. Selain itu dengan adanya inovasi-inovasi dapat membuat usaha ini terus eksis kedepannya.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan yaitu menggunakan jejaring sosial. Maka bisa diberikan inovasi agar produk bisa bertahan lama yaitu gambleh instan (Gambleh frozen) dimana makanan di dalamnya dalam bentuk instan yang harus terlebih dahulu di kukus supaya bisa di konsumsi. Dalam kemasan juga ditambahkan bahan perlengkap sehingga rasa dan tampilan bisa serupa dengan produk yang dijual tidak dalam bentuk instan. Tahap inovasi produk menggunakan marketing mix 7P (Adhaghassani, F.S. 2016).

b. Tahap Perluasan Distribusi

Pada tahap ini juga diharapkan bisa membuat cabang produksi di setiap provinsi di Indonesia. Perluasan distribusi ini dapat dilakukan dengan adanya komitmen kuat terhadap perkembangan usaha.

Penambahan cabang produksi selain memperluas pasar juga sebagai lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Dengan adanya cabang baru dapat mendekatkan produk ke konsumen. Secara tidak langsung juga meringankan konsumen dalam biaya pembelian produk kami.

3. PENGUMPULAN DATA DAN HASIL

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan penyebaran kuesioner terhadap responden anak muda dengan jumlah 30. Dari kuesioner tersebut dilakukan pengolahan data menggunakan spss 16.0 untuk mencari validitas dan reliabilitas dari atribut kemudian dihitung bobot per kategori.

Strategi pemasaran merupakan upaya menarik konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang dijual. Strategi pemasaran yang akan dilakukan berdasarkan analisa 7P, yaitu:

1. Product

Untuk meningkatkan kualitas produk usaha gambleh harus memiliki beberapa produk unggulan yang sangat unik dan menarik. Produk yang unik dan menarik meliputi inovasi rasa gambleh yaitu gambleh rasa coklat dan gambleh rasa strobery dan bisa juga dikembangkan rasa lain yang tak kalah dengan rasa-rasa sebelumnya.

2. Price

Harga yang di patok setiap produk diupayakan terjangkau bagi semua lapisan masyarakat. Harga produk bisa dijual mulai dari harga Rp. 2.500,00 untuk ukuran mika kecil dan harga Rp.5.000,00 untuk ukuran mika besar.

3. Promotion

Promosi pada usaha gambleh bisa dibagi terbagi menjadi 4 cara. Dengan adanya promosi diharapkan produk yang dijual dapat dikenal dimasyarakat. Cara tersebut,yaitu:

a. Langsung (*Personal Selling*)

Cara promosi ini dengan langsung menawarkan produk ke pangsa pasar. Sehingga produk bisa dipasarkan dan dapat menyesuaikan strategi masing-masing usaha.

b. Melalui Media Sosial (*Public Relation*)

Cara promosi ini dengan memaksimalkan penggunaan media sosial. Media yang digunakan adalah WhatsApp, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya.

c. Pameran

Cara promosi ini dengan mendirikan stand pada acara kampus dan acara-acara sejenis. Hal ini membuat penjualan lebih bagus karena pada acara seperti ini menjadi tempat berkumpulnya masyarakat.

d. Distributor/Jaringan

Cara promosi ini dengan berkerja sama dengan pedagang makanan tradisional. Dengan cara ini diharapkan usaha dapat berjalan lancar dan dapat menambah penghasilan mitra.

4. *Placement*

Pendistribusian produk dilakukan dengan cara direct dan indirect selling yaitu dengan penjualan secara langsung maupun penjualan dengan mitra.

5. *People*

Dalam pembuatan produk Gambleh membutuhkan sumber daya manusia berupa pegawai. Pegawai diharapkan mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, ramah, dan pintar dalam menawarkan produk.

6. Proses

Produk akan diujikan ke Badan Pengujian dan Sertifikasi Mutu Bahan. Seluruh operasional usaha harus dijalankan sesuai dengan sistem dan prosedur yang berkompetisi, berkomitmen dan loyal terhadap usaha.

7. *Physical Evidence*

Setelah produk memiliki izin edar maka akan lebih mudah untuk pendistribusiannya secara nasional. Untuk meningkatkan physical evidence dapat dilakukan dengan pembuatan website untuk belanja dan untuk informasi produk. Website yang menarik dapat membuat customer tertarik untuk membeli produknya.

Berikut gambar mengenai usulan untuk meningkatkan kualitas makanan tradisional melalui kemasan:

a. Produk kemasan (Packaging) Gambleh**Logo Produk****Model Kemasan****Kemasan Jadi****4. KESIMPULAN DAN SARAN****a. Kesimpulan**

Perlu dilakukan perubahan dalam sisi marketing dari sisi 7P yaitu *product, price, promotion, placement, people, proses, dan physical evidence* sehingga produk makanan tradisional gambleh ini dapat bersaing dengan makanan kekinian dan dapat meningkatkan penjualan produk gambleh.

b. Saran

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan dari sisi kelemahan dan kekurangan dari berbagai metode lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Adhaghassani, F.S. (2016). Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) Di Cherryka Bakery. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga*.

2. Arokiasamy, A.R.(2016). The Effect of Marketing Mix and Customer Perception on Brand Loyalty. IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM), ISSN: 2278-487X Volume 4, PP 01-11.
3. Arga.2019. *Ini Dia Konsep Marketing Mix 7P Untuk Startupmu*. URL: <https://www.domainsia.com/tips/marketing-mix-7p-untuk-startup/> Diakses tanggal 15 Februari 2020.
4. BPS.2015. *Produksi Ubi Kayu Menurut Provinsi (Ton), 1993-2015*. URL: <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/880>. Diakses tanggal 10 Februari 2020.