

## **IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN POTENSI MAKANAN TRADISIONAL DI DESA SAKERTA TIMUR, CIREBON**

**Maidar Simaniharuk<sup>1</sup>**  
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor  
Email : [meydar\\_bj@yahoo.co.id](mailto:meydar_bj@yahoo.co.id)

**Abstrak:** Makanan sambilan dan jajanan merupakan makanan yang berfungsi sebagai selingan makanan pokok. Makanan jajanan serta makanan sambilan memiliki fungsi dan peran sebagai unsur penyajian pada peristiwa khusus dan keperluan upacara. Artikel ini memaparkan bahwa Desa Sakerta Timur mempunyai potensi dalam mengembangkan makanan kudapan atau makanan tradisional dengan adanya ketersediaan bahan mentah dari alam sekitar. Desa ini banyak memanfaatkan hasil pertanian tersebut menjadi makanan tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kualitatif dengan metode pengamatan dalam penelitian untuk mengamati aktifitas penduduk di Desa Sakerta Timur dengan memperhatikan beberapa hal seperti ruang atau tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda atau alat-alat, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan serta observasi dan wawancara. Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa Desa Sakerta Timur tersebut mempunyai potensi dalam mengembangkan hasil perkebunan dengan membuat inovasi dengan membuat kudapan atau makanan tradisional yang dibuat dengan bahan dasar ubi kayu, pisang dan umbi-umbian menjadi bahan makanan pokok serta dapat mengembangkan hasil produksi kudapan dan mematenkan hak cipta hasil produksi kudapan sebagai ciri khas makanan ringan dan minuman dari Desa Sakerta Timur.

**Kata Kunci:** Makanan Tradisional, Makanan Sambilan

**Abstract:** Snack foods or jajanan is part of food served as a distraction and a staple function and role as the presentation of the special events and ceremonial purposes. This article shows that Desa Sakerta Timur has the potential to develop snack foods with the availability of raw materials from the environment. The village of utilizing agricultural products such as traditional food or jajanan. This study used a qualitative approach with the observation in the study to observe the activities of people in the Desa Sakerta Timur, observations and interviews. Observations and interviews conducted by the researchers and Desa Sakerta Timur has the potential to develop the plantation to make innovation by making snacks or traditional food made with basic ingredients cassava, bananas and tubers become staples, as well as to develop the production snacks and patent rights as a result of the production of snack typical snacks and drinks from Desa Sakerta Timur.

**Keywords:** Traditional Food, Snack Foods

### **PENDAHULUAN**

Salah satu karya budaya masyarakat adalah makanan. Semua manusia memerlukan makanan untuk bertahan

hidup, siapa pun dia, dari mana pun asalnya, berapa pun umurnya, dan dalam keadaan sehat ataupun sakit. Oleh karena

itu, makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi.

Menurut fungsinya, makanan dapat digolongkan menjadi makanan pokok, makanan sambilan, makanan jajanan, makanan untuk peristiwa khusus, dan makanan untuk berbagai keperluan upacara. Makanan pokok merupakan makanan yang dimakan sehari-hari untuk mencukupi keperluan tubuh agar manusia bisa tetap hidup dan sehat. Sedangkan, makanan sambilan dan jajanan merupakan makanan yang berfungsi sebagai selingan makanan pokok. Makanan pokok dan makanan jajanan serta makanan sambilan memiliki fungsi dan peran sebagai unsur penyajian pada peristiwa khusus dan keperluan upacara.

Ketersediaan bahan mentah dari alam sekitar akan mempengaruhi makanan, sehingga setiap daerah memiliki ciri khas makanannya masing-masing. Misalnya, makanan di daerah pegunungan dengan di daerah pesisir pantai. Daerah pegunungan memiliki ketersediaan bahan makanan berupa variasi jenis tumbuhan yang dominan, sebaliknya di daerah pantai ketersediaan bahan makanan lebih dominan dengan variasi ikan. Desa Sakerta Timur merupakan salah satu dari 19 desa di wilayah Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan. Desa Sakerta Timur berada di ketinggian 700 mdPL, dengan curah hujan 344,8 mm/tahun, suhu rata-rata 20-30°C dan terletak di daerah dataran tinggi memiliki lahan pertanian: persawahan, kacang merah, ubi kayu, umbi-umbian, alpukat dan pisang. Dari ketersediaan bahan mentah dari alam sekitar, desa ini banyak memanfaatkan hasil pertanian tersebut menjadi makanan tradisional. Misalnya ubi kayu, umbi-umbian dan pisang yang dapat diolah oleh warga Desa Sakerta Timur menjadi kudapan atau makanan tradisional dari daerah tersebut.

Pada umumnya camilan tradisional berwujud kudapan, kue kering, gorengan, dan jajan pasar. Selain itu, bahan dasar camilan tradisional mulai divariasikan

bahkan diganti dengan bahan modern. Untuk pencarian bahan baku pada camilan tradisional lebih mudah dan sederhana, jika dibandingkan dengan camilan modern. Namun, proses pembuatan camilan tradisional ini tidak secepat camilan modern dan ketahanannya pun tidak seawet camilan modern. Desa Sakerta Timur memiliki keanekaragaman jenis camilan tradisionalnya, misalnya Boled Ubi Ungu, Bongek Brownies Ubi Ungu, Gemblong Singkong, Sale Pisang Gulung Manis Madu, Sale Pisang Ambon (Coklat, Blueberry, Keju, Original), Stick Ubi Ungu, serta minuman Lahang yang selalu dipakai sebagai Minuman *Welcome Drink* pada saat menyambut kedatangan tamu. Dari berbagai macam camilan ini, salah satu produk andalan olahan hasil bumi adalah Sale Pisang Madu (table 2.1). Rasa sale manis dan renyah, kemasan cukup menarik, belum mencantumkan tanggal kadaluarsa dan bahan baku pada kemasan. Produsennya belum menuliskan asal produksinya di kemasan. Pencantuman asal produksi “Sakerta” ini penting, sebagai identitas ciri khas dan promosi. Nama Madu sudah menunjukkan *image* rasanya manis yang maknanya tanpa pemanis buatan.

Menurut ENZ (2010:16), peluang adalah “ *Conditions in the broad and operating environments that allow a firm to take advantage of organizational strengths, overcome organizational weaknesses, and / or neutralize environmental threats*”. Menurut definisi ini, peluang adalah kondisi di lingkungan luas yang memungkinkan perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kekuatan organisasi, mengatasi kelemahan organisasi, dan / atau menetralkan ancaman lingkungan. Untuk itu peluang Makanan dan Minuman Tradisional dari suatu daerah ini adalah dengan adanya permintaan masyarakat yang semakin meningkat, terutama ubi ungu yang bisa terus dikembangkan, munculnya banyak penelitian tentang ubi ungu dapat memicu

inovasi pangan, dan mengakibatkan kenaikan permintaan produksi panen ubi ungu serta berpeluang meningkatkan perekonomian di daerah tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa suatu daerah tersebut mempunyai potensi dalam mengembangkan hasil perkebunan dengan membuat inovasi dengan membuat kudapan atau makanan tradisional yang dibuat dengan bahan dasar ubi kayu, pisang dan umbi-umbian menjadi bahan makanan pokok serta dapat mengembangkan hasil produksi kudapan dan mematenkan hak cipta hasil produksi kudapan sebagai ciri khas makanan ringan dan minuman dari daerah itu sendiri serta dapat meningkatkan perekonomian di daerah tersebut. Dari berbagai macam jenis camilan tradisional yang dihasilkan dari warga Desa Sakerta Timur ini, maka desa ini mempunyai peluang untuk mengembangkan hasil perkebunan dengan membuat inovasi dengan membuat kudapan atau makanan tradisional yang dibuat dengan bahan dasar ubi kayu, pisang dan umbi-umbian serta minuman dari daerah itu sendiri serta dapat meningkatkan perekonomian di desa Sakerta Timur ini. Berdasarkan pemaparan di atas, maka identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi makanan tradisional Desa Sakerta Timur, Kecamatan Darma, Kuningan, Cirebon?
2. Apakah hasil produksi kudapan Desa Sakerta Timur dapat dikembangkan?

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam pekerjaan Potensi Makanan Tradisional Desa Sakerta Timur, Kuningan, Cirebon akan terbagi dalam jenis, sumber data, metode pengumpulan data dan analisis data. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menganalisis adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah menggambarkan semua data yang

dikumpulkan serta dianalisis dan dicari benang merahnya dengan teori-teori yang disediakan sehingga dapat menafsirkan dan menarik kesimpulan. Supranto (2000:23) menjelaskan, “Apabila metode pengumpulan data sudah ditemukan, kemudian ditentukan alat untuk memperoleh data dari objek yang diteliti”. Alat untuk memperoleh keterangan dari objek atau elemen antara lain: Daftar pertanyaan / suara angket (kuesioner), Wawancara, Observasi atau pengamatan langsung, melalui internet, telepon, atau alat komunikasi lainnya dan Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui dua cara, yaitu:

- Data Primer yang diperoleh peneliti dengan melakukan observasi langsung ke Desa Sakerta pada bulan Nopember 2017 dan melakukan interview langsung dengan masyarakat di Desa Sakerta tersebut. Dengan metode pengamatan dalam penelitian untuk mengamati aktifitas penduduk di Desa Sakerta Timur dengan memperhatikan beberapa hal seperti ruang atau tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda atau alat-alat, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Observasi dan wawancara, hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa Desa Sakerta Timur tidak mempunyai ciri khas makanan utama dari daerah tersebut, karena lebih mementingkan hasil pangan pertanian dan perkebunan. Akan tetapi desa tersebut mempunyai kudapan atau makanan tradisional yang dibuat dengan bahan dasar ubi kayu, pisang dan umbi-umbian yang sering disajikan jika ada peristiwa khusus atau keperluan acara yaitu dapat dilihat pada Tabel 2.1.
- Data Sekunder yaitu data yang berhubungan dengan objek penelitian dan bersifat menunjang teori. Data tersebut diperoleh dari literatur dan buku-buku teori pendukung sebagai pelengkap data primer.

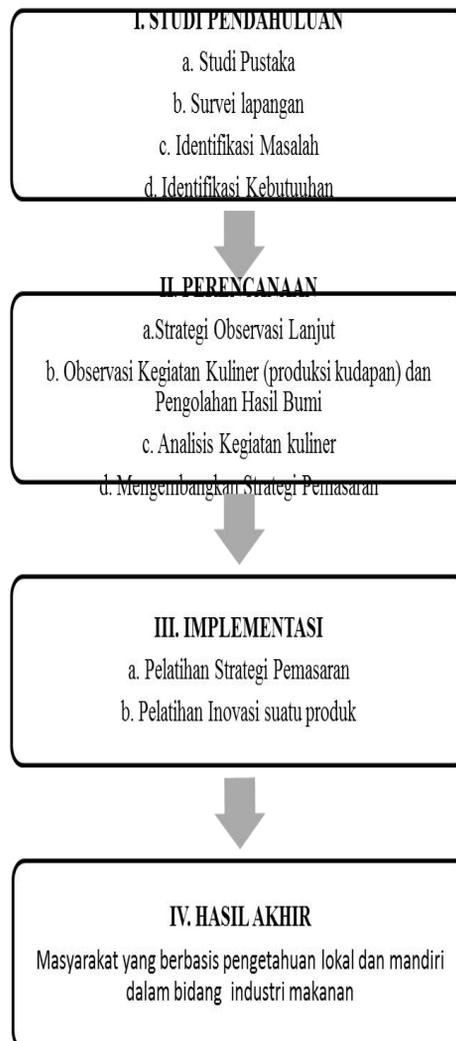
**Tabel 2.1**  
**Daftar Nama-Nama Makanan dan Minuman Tradisional**

No	Kudapan atau Makanan Tradisional	Gambar
1	Boled Ubi Ungu	
2	Bongek	
3	Brownies Ubi Ungu	
4	Gemblong Singkong	
5	Sale Pisang Gulung Manis Madu	
6	Sale Pisang Ambon (Coklat, Blueberry, Keju, Original)	

7	Stick Ubi Ungu	
<b>Minuman Tradisional</b>		
8	Lahang sebagai Minuman <i>Welcome Drink</i>	

Sumber: Hasil Observasi Penelitian, Desa Sakerta Timur, 2017

Kerangka pikir yang dikembangkan dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Bagan Langkah-Langkah Pengembangan (Sumber : Olahan Peneliti)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisis Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain (Kotler dan Armstrong, 2008:6). Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan. Disisi lain karena persaingan usaha yang semakin kompetitif dan bervariasi, perusahaan harus memiliki strategi yang handal untuk mencapai tujuan perusahaan.

Rahmady dan Andi (2007:1) menyatakan bahwa strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Sedangkan manajemen strategi sendiri dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya (David, 2010:5).

Strategi yang jelas dan tegas akan dapat merumuskan perkiraan terhadap perubahan lingkungan secara cepat dan tepat, baik yang menyangkut aspek-aspek internal maupun eksternal perusahaan sehingga perusahaan dapat mengambil tindakan lebih dini terhadap perubahan-perubahan tersebut. Penentuan strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di pasar adalah salah satu kunci sukses perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa yang dimilikinya. Salah satu dunia usaha yang saat ini tingkat persaingannya

mengalami peningkatan dari tahun ke tahun adalah produksi ritel makanan.

Kotler (2002) berpendapat pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Terdapat 5 teknik atau konsep manajemen pemasaran yaitu:

#### 1. Teknik Produksi

Konsep ini berfikir bahwa barang maupun jasa yang dihasilkan haruslah murah, sehingga bisa dibuat kapan saja dan di mana saja agar tidak terjadi masalah dalam penjualan

#### 2. Teknik Produk

Konsep ini mempercayai bahwa kualitas barang maupun jasa yang dihasilkan perusahaan haruslah bagus, sehingga mudah menarik konsumen

#### 3. Teknik Penjualan

Konsep ini berpikir bahwa pelanggan tidak boleh dibiarkan sendirian. Perusahaan harus mengarahkan konsumen dengan sebuah teknik penjualan yang harus dipikirkan, karena barang tidak dibeli tetapi barang harus dijual. Dalam konsep manajemen pemasaran ini, perusahaan harus memikirkan usaha penjualan untuk memengaruhi konsumen membeli produknya.

#### 4. Teknik Pemasaran

Perbedaan antara penjualan dan pemasaran adalah, penjualan lebih menekankan pada produk yang dijual, sedangkan pemasaran lebih tertuju kepada keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran menganggap bahwa kepuasan konsumen adalah segalanya, sehingga barang atau jasa yang dihasilkan harus sesuai kebutuhan mereka.

#### 5. Teknik Pemasaran Umum

Konsep ini menekankan tidak hanya pada kepuasan konsumen tapi juga memerhatikan manfaat bagi orang lain.

Teknik Pemasaran dari penjualan hasil kudapan makanan tradisional Desa Sakerta Timur dapat dilakukan dengan mudah, Penjualan bisa dalam bentuk urai, kemudian diukur sesuai permintaan pembeli, Atau bisa juga dikemas dalam kantong plastik dengan menggunakan takaran ukur per-kilogram. Hasil gemblong singkong dalam jumlah besar disalurkan ke pembeli atau pengepul dengan ukuran 30 kg / ball dan minimal 30 ball dengan harga Rp 66.000 / ball dan apabila pada saat lebaran permintaan bisa mencapai 1 kwintal, sementara itu untuk sale pisang dalam keadaan normal setiap hari rumah produksi pisang sale ini harus dapat menghasilkan 450 pack sale pisang dari 3000 irisan daging pisang kapok yang terdiri dari 300 pack sale pisang gulung dan 150 pack sale pisang biasa dan jumlah tersebut dapat meningkat pada saat Lebaran.

Perencanaan strategi pemasaran menjadi salah satu kunci utama kesuksesan sebuah usaha. Begitu pula dalam menjalankan peluang bisnis kudapan makanan tradisional. Sebagai apapun kualitas hasil produksi yang didapatkan, bila tanpa dukungan strategi pemasaran kudapan makanan tradisional yang tepat maka bisa dipastikan tidak banyak orang yang mengetahui keberadaan produk tersebut. Sehingga pemasaran kudapan makanan tradisional harus dilakukan dengan tepat dan benar untuk menghindari kerugian.

Berikut beberapa tahapan untuk melakukan pemasaran produk kudapan makanan tradisional dari desa Sakerta Timur, yaitu:

- 1) Menentukan Target Pasar yang ingin bidik.

Hal ini penting sebelum memasarkan hasil kudapan makanan tradisional ke masyarakat luas. Dapat membidik para pengepul untuk memasarkan hasil kudapan makanan tradisional dalam jumlah yang cukup banyak, karena harga yang akan diberikan pun

akan sifatnya stabil walaupun tidak ada kontrak tertulis dan selain itu hasil kudapan makanan tradisional akan selalu diambil setiap 3 hari sekali dan kita menentukan akan diberikan ke pengepul mana yang sekiranya dapat memberikan harga terbaik.

- 2) Pertahankan kualitas hasil kudapan makanan tradisional yang ditawarkan
- 3) Lengkapi dengan kemasan yang menarik.

Untuk memperlihatkan kualitas hasil kudapan makanan tradisional lakukan pengemasan semenarik mungkin sehingga konsumen tertarik dan ingin membelinya dan pada saat melakukan pengemasan atau pengepakan.

- 4) Awasi stok atau persediaan bahan dasar pembuatan kudapan makanan tradisional.

Penting bagi pelaku usaha untuk menjaga kestabilan persediaan stock bahan baku dasar, agar proses pembuatan produksi makanan tersebut bisa dilakukan secara terus menerus setiap hari untuk mencukupi permintaan pasar. Biasanya dengan mencari para petani dari desa lain yang mempunyai lahan penanaman bahan baku dasar makanan sehingga produsen tidak kekurangan barang untuk pasar

- 5) Tawarkan hasil produksi dalam berbagai tipe.

Untuk membidik pangsa pasar yang lebih luas, dapat juga ditawarkan kemasan hasil produksi dalam berbagai tipe. Misalnya saja penawaran tidak hanya dalam kemasan kecil akan tetapi dapat juga ditawarkan dalam kemasan sedang hingga besar.

- 6) Dilihat dari sisi pesaing.

Untuk saat ini produksi hasil kudapan makanan tradisional ini tidak terlalu memiliki pesaing, untuk itu produsen harus lebih meningkatkan kualitas dari hasil produk yang dihasilkan dan system pemasaran yang jelas dengan

cara survey langsung ke lokasi pasar dan melihat dari sisi kualitas produk dan harga yang ditawarkan dan juga membuat komitmen dimana apabila dalam keadaan banyak permintaan (pada hari raya Lebaran) dan apabila dalam keadaan susah bahan dasar baku pembuatan produk maka produsen atau pengepul harus memberikan barang sesuai dengan permintaan barang.

- 7) Menentukan lokasi pemasaran  
Untuk saat ini target pemasaran produksi kudapan ini dilakukan di dalam kota yaitu Kuningan, Cilimus, Cijoho, Cirebon, Bandung hingga Bekasi.

### 3.2 Analisa SWOT

Menurut Kotler, Bowen dan Makens (2003:93-95), analisa SWOT adalah "*The overall evaluation of a company's strengths, weaknesses, opportunities and threat is calles SWOT analysis*". SWOT analisis adalah evaluasi secara keseluruhan dari sebuah perusahaan dilihat dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

#### a. Kekuatan (*Strength*)

Menurut ENZ (2010:16), kekuatan adalah *Company resources and capabilities that can lead to a competitive advantage*. Menurut definisi ini, kekuatan adalah sumber daya perusahaan dan kemampuan yang dapat mencapai keuntungan yang bersifat kompetitif, kekuatan dari Makanan dan Minuman Tradisional Desa Sakerta Timur ini adalah:

- 1) Produk tidak menggunakan bahan pengawet buatan/Kimia
- 2) Produk menggunakan bahan pangan lokal dan hal ini dapat menekan biaya produksi.
- 3) Bahan-bahan lokalnya panen cukup cepat. Ubi butuh 1 bulan, singkong 3 bulan dan dapat tumbuh di mana saja.

- 4) Ubi ungu, pisang, ubi jalar, singkong sebagai bahan pangan lokal yang baik dan dapat mengandung banyak manfaat. Seperti mencegah diabetes tipe 2. Menurut para ahli/peneliti, mengkonsumsi ubi ungu yang efektif mengurangi tekanan darah serta menurunkan resiko penyakit jantung dan stroke pada penderita hipertensi
- 5) Adanya inovasi sebagai bentuk diversifikasi produk yang sangat baik sebagai bentuk antisipasi kelangkaan panen jika terjadi gagal panen, dan lain-lain.
- 6) Adanya pelatihan ibu-ibu PKK, seperti pelatihan brownies dari ubi, donut ubi ungu, dan lain-lain.

#### b. Kelemahan (*Weakness*)

Menurut Enz (2010:16), kelemahan adalah *Resources and capabilities that a company does not possess, to the extent that their absence places the firm at a competitive disadvantage*. Menurut definisi ini, kelemahan adalah sumber daya dan kemampuan yang tidak dimiliki oleh perusahaan dan hal ini membuat kerugian yang bersifat kompetitif, kelemahan yang dimiliki dari makanan dan minuman tradisional Desa Sakerta Timur ini adalah:

- 1) Akses distribusi yang kurang tersebar atau terorganisir dipengaruhi juga oleh internet, system perbankan. Ketidak mengertinya para produsen dalam proses pembayaran dengan proses transaksi transfer. Pembayaran dilakukan di tempat secara tunai dan untuk modal produksi dilakukan dengan meminjam kepada warga lain dan dikembalikan pada saat sudah dilakukan pembayaran.

- 2) Kurangnya *branding* dari suguhan khas Desa Sakerta Timur terhadap makanannya sendiri. Dengan adanya *technology* harusnya dapat dipromosikan di website atau media social lainnya, sehingga ciri khas makanan tradisional dari Desa Sakerta Timur dapat dikenal orang.
- 3) Bumbu-bumbu perasa yang masih dibeli jadi (tidak dibuat sendiri)
- 4) Belum ada wadah untuk menjual (toko pusat oleh-oleh/ distribusi ke toko oleh-oleh di pusat kota)
- 5) Adanya masalah modal. Kurangnya kemampuan *entrepreneurship* untuk warga yang harus ditingkatkan.

**c. Peluang (*Opportunities*)**

Menurut ENZ (2010:16), peluang adalah “ *Conditions in the broad and operating environments that allow a firm to take advantage of organizational strengths, overcome organizational weaknesses, and / or neutralize environmental threats*”. Menurut definisi ini, peluang adalah kondisi di lingkungan luas yang memungkinkan perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kekuatan organisasi, mengatasi kelemahan organisasi, dan /atau menetralsir ancaman lingkungan, peluang Makanan dan

Minuman Tradisional Desa Sakerta Timur ini adalah:

- 1) Permintaan masyarakat yang semakin meningkat, terutama ubi ungu yang bisa terus dikembangkan
- 2) Munculnya banyak penelitian tentang ubi ungu dapat memicu inovasi pangan, dan mengakibatkan kenaikan permintaan produksi panen ubi ungu.
- 3) Meningkatkan perekonomian

**d. Ancaman (*Threat*)**

Menurut Enz (2010:16), ancaman adalah “*Conditions in the broad and operating environments that may impede organizational competitiveness or the achievement of stakeholder satisfaction*”. Menurut definisi di atas, ancaman adalah kondisi di lingkungan luas yang dapat menghambat perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, ancaman makanan dan minuman tradisional Desa Sakerta Timur ini adalah:

- 1) Gagal panen
- 2) Persaingan dengan desa-desa lainnya yang memiliki hasil pangan serupa. Butuh inovasi dan nilai khas untuk terus dapat bersaing.
- 3) *Supply* barang-barang utama yang sewaktu-waktu naik seperti minyak goreng

**Tabel 3.1**

**Analisis Matriks *SWOT* Makanan dan Minuman Tradisional Desa Sakerta Timur**

<p><b>Faktor Internal</b></p> <p><b>Faktor Eksternal</b></p>	<p><b>STRENGTH (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak menggunakan bahan pengawet.</li> <li>2. Menggunakan bahan pangan lokal yang dapat menekan biaya produksi.</li> <li>3. Bahan-bahan lokalnya panen cukup cepat, ubi 1 bulan, singkong 3 bulan dan mudah tumbuh.</li> <li>4. Umbi-umbian bermanfaat untuk kesehatan</li> <li>5. Adanya inovasi sebagai bentuk diversifikasi produk apabila gagal panen</li> <li>6. Adanya pelatihan dari ibu-ibu PKK dalam memanfaatkan umbi-umbian</li> </ol>	<p><b>WEAKNESS (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses distribusi kurang Terorganisir</li> <li>2. Kurangnya <i>branding</i> dari suguhan khas Desa Sakerta Timur terhadap makanannya sendiri.</li> <li>3. Masih memakai bumbu-bumbu perasa</li> <li>4. Belum ada wadah Distribusi ke toko oleh-Oleh di pusat kota</li> <li>5. Tidak adanya modal (kurangnya kemampuan <i>entrepreneurship</i>)</li> </ol>
<p><b>OPPORTUNITIES (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permintaan masyarakat</li> </ol>	<p><b>Strategi S – O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan pangsa pasar karena</li> </ol>	<p><b>Strategi W – O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan jiwa</li> </ol>

<p>yang semakin meningkat (ubi ungu)</p> <p>2. Munculnya banyak penelitian tentang ubi ungu bisa dijadikan inovasi pangan</p> <p>3. Meningkatkan perekonomian</p>	<p>kebutuhan kudapan makanan tradisional ini selalu dicari terutama pada saat hari Raya agama dan persediaan bisa dicukupi dengan pola panen umbi-umbian yang berkali-kali (O1, S3)</p> <p>2. Menentukan Tenaga kerja (O3, S6)</p> <p>3. Menciptakan peluang usaha karena waktu yang sangat fleksibel dan mudah (O3, S6)</p> <p>4. Membuat inovasi dalam meminimalisir gagal panen (O2, S5)</p>	<p><i>entrepreneurship</i> (O3, W5)</p>
<p><b>THREAT (T)</b></p> <p>1. Gagal panen</p> <p>2. Persaingan antar desa-desa lainnya yang memiliki hasil pangan serupa</p> <p>3. Supply barang-barang utama sewaktu-waktu naik</p>	<p><b>Strategi S – T</b></p> <p>1. Menentukan harga jual pada saat permintaan berubah-ubah (S2, S3, T2, T3)</p> <p>2. Menentukan harga jual untuk menekan para pesaing (S2, S3, T2, T3)</p> <p>3. Mengikuti permintaan pasar sesuai dengan musiman yang ada (S3, T2)</p> <p>4. Melakukan diversifikasi produk bahan pangan lokal apabila gagal panen (S5, T1)</p>	<p><b>Strategi W – T</b></p> <p>1. Menciptakan <i>branding</i> ciri khas suguhan khas Desa Sakerta Timur (W2, T2)</p> <p>2. Membentuk jiwa <i>entrepreneurship</i> hingga dapat bersaing dengan desa-desa lainnya (W5, T2)</p>

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian, Desa Sakerta Timur, 2017

### 3.3 ASPEK FINANSIAL

Investasi awal merupakan kebutuhan utama untuk mendukung kelancaran sebuah bisnis usaha yang terdiri dari modal awal sampai, perawatan, biaya yang kerja, biaya bahan baku sampai dengan

keuntungan.

Berikut ini peneliti memaparkan dari segi biaya kerja dengan analisis dari segi keuntungan dari aspek finansial usaha dari salah satu hasil produksi sale pisang, yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Biaya Upah Karyawan**

Jumlah Karyawan	Biaya Upah	Total Biaya Upah Per Orang Per Bulan	Total Seluruh Biaya Upah Per Bulan
5 orang wanita	Rp 30,000/ hari	Rp 900,000 / orang	Rp 4,500,000

Sumber: Hasil Wawancara dan Observasi, Desa Sakerta Timur, 2017

**Tabel 3.3**  
**Hasil Penjualan Sale Pisang**

	Harga per Pack	Total Produksi / Hari	Total Penjualan /hari
Pisang Sale Gulung	Rp 13,000/pack (20 pcs)	300 pack	Rp 3,900,000
Pisang Sale Biasa	Rp 5,000/pack (10 pcs)	150 pack	Rp 750,000
<b>Total Penjualan Per Hari</b>			<b>Rp 4,650,000</b>
<b>Total Penjualan Per Bulan (30 hari)</b>			<b>Rp 139,500,000</b>

Sumber: Hasil Wawancara dan Observasi, Desa Sakerta Timur, 2017

Setiap hari rumah produksi pisang sale ini harus dapat menghasilkan 450 pack sale pisang dari 3000 irisan daging pisang kapok yang terdiri dari 300 pack

sale pisang gulung dan 150 pack sale pisang biasa. Kebutuhan minyak goreng curah setiap per 3 hari adalah 30 kg untuk wadah penggoreng yang sedang dan 50 kg

untuk wadah penggoreng yang sangat besar (pada saat permintaan ramai, hari raya lebaran)

**Tabel 3.4**  
**Biaya Bahan Baku Minyak Goreng Curah**

	Kebutuhan Minyak/ 3 hari	Total Biaya
Minyak Goreng Curah @ Rp 13,000 / kg	30 kg	Rp 390,000
Total Biaya per bulan (30 kg x 10)		Rp 3,900,000

Sumber: Hasil Wawancara dan Observasi, Desa Sakerta Timur, 2017

**Tabel 3.5**  
**Biaya Bahan Baku Pisang**

	Target 1 hari 3000 gulung	Total sisir pisang	Biaya per sisir
1 sisir 15 pcs @ Rp 10,000 / sisir 1 gulung = 1.5 pcs pisang	3000 X 1.5 = 4500 pcs pisang	4500/ 1 sisir (15 pcs) = 300 sisir	Rp 10,000
Total Biaya 300 sisir pisang/ hari			Rp 3,000,000
Total Biaya 300 sisir pisang/ bulan			Rp 90,000,000

Sumber: Hasil Wawancara dan Observasi, Desa Sakerta Timur, 2017

**Tabel 3.6**  
**Ekstimasi Keuntungan**

Keterangan	Harga
Total Penjualan Per Bulan	Rp 139,500,000
Biaya Upah Karyawan	(Rp 4,500,000)
Biaya Bahan Baku Minyak Goreng	(Rp 3,900,000)
Biaya bahan baku Pisang	(Rp 90,000,000)
TOTAL Keuntungan Kotor	Rp 41,100,000
Variable Cost 30%	Rp 12,330,000
<b>Nett Profit</b>	<b>Rp 28,770,000</b>

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian, Desa Sakerta Timur, 2017

## SIMPULAN

Menurut ENZ (2010:16), peluang adalah “ *Conditions in the broad and operating environments that allow a firm to take advantage of organizational strengths, overcome organizational weaknesses, and / or neutralize environmental threats*”. Menurut definisi ini, peluang adalah kondisi di lingkungan luas yang memungkinkan perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kekuatan organisasi, mengatasi kelemahan organisasi, dan /atau menetralsisir ancaman

lingkungan. Untuk itu peluang Makanan dan Minuman Tradisional Desa Sakerta Timur ini adalah dengan adanya permintaan masyarakat yang semakin meningkat, terutama ubi ungu yang bisa terus dikembangkan, munculnya banyak penelitian tentang ubi ungu dapat memicu inovasi pangan, dan mengakibatkan kenaikan permintaan produksi panen ubi ungu serta berpotensi meningkatkan perekonomian di Desa Sakerta Timur.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa suatu daerah tersebut

mempunyai potensi dalam mengembangkan hasil perkebunan dengan membuat inovasi dengan membuat kudapan atau makanan tradisional yang dibuat dengan bahan dasar ubi kayu, pisang dan umbi-umbian menjadi bahan makanan pokok serta dapat mengembangkan hasil produksi kudapan dan mematenkan hak cipta hasil produksi kudapan sebagai ciri khas makanan ringan dan minuman dari daerah itu sendiri serta dapat meningkatkan perekonomian di daerah tersebut. Dari berbagai macam jenis camilan tradisional yang dihasilkan dari warga Desa Sakerta Timur ini, maka desa ini mempunyai peluang untuk mengembangkan hasil perkebunan dengan membuat inovasi dengan membuat kudapan atau makanan tradisional yang dibuat dengan bahan dasar ubi kayu, pisang dan umbi-umbian serta minuman dari daerah itu sendiri serta dapat meningkatkan perekonomian di desa Sakerta Timur. Hal tersebut dapat juga terlihat dari hasil ekstimasi keuntungan bersih yang bisa mencapai puluhan juta Rupiah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun. 2008. *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional: Meraih Untung dari Bisnis Masakan Tradisional Kaki Lima sampai Restoran*. Jakarta: Gramedia.
- David, Fred R. 2010. *Strategic Management. Manajemen Strategis*. Edisi Keduabelas, Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat
- Enz, Cathy A. 2010. *Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases*. Second Edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Kotler, Philip, Bowen dan James Makens. 2003. *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Rahmady, Radiany dan Andi Sularso. 2007. *Konsentrasi Pemasaran*. Surabaya: Badan Penerbit Mahardhika
- Sugiarto, Prof. Dr. Ir. M.Sc., Hendratono, T Dr., dan Djoko, S, Ph.D. 2015. *Metodologi Penelitian Hospitaliti & Pariwisata*. Tangerang: Matana Publishing
- Sugiyono, Prof. Dr. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan ke 5. Bandung: Alfabeta
- Supranto, J. 2000, *Statistik (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Keenam, Jakarta, Erlangga.
- Timbul, Haryono, "Sejarah Makanan dan Gaya Hidup Nusantara dari Zaman Jawa Kuno hingga Abad 21", Seminar Arus balik memori Rempah dan Bahari Nusantara, Kolonial dan Poskolonial, tanggal 19 Oktober 2013, Yogyakarta.
- Thompson, Donald B (2011). *Natural Food and The Pastoral*. J. Agric Environ Ethics, 24:165-194. DOI 10.1007/s10806-010-9245-7.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Sakerta\\_Timur,\\_Darma,\\_Kuningan](https://id.wikipedia.org/wiki/Sakerta_Timur,_Darma,_Kuningan) (diunggah tanggal 14 Sept, 2017)
- <http://www.resepkuerenyah.com/resep-cara-membuat-stik-ubi-ungu-enak-mudah-dan-renyah/> (diunggah tanggal 14 Sept, 2017)
- <https://cookpad.com/id/resep/550941-gemblong-singkong> (diunggah tanggal 14 Sept, 2017)
- <http://kuninganterkini.com/index.php/wisata/6613-desa-sakerta-timur-kembangkan-wisata-desa.html> (diunggah tanggal 14 Sept, 2017)

<https://www.scribd.com/document/337494243/Kue-Tradisional> (diunggah tanggal 14 Sept, 2017)

<http://arifrohman-socialworker.blogspot.co.id/2008/06/metode-pengamatan.html> (diunggah tanggal 23 Sept, 2017)

<http://klikbelajar.com/umum/observasi-pengamatan-langsung-di-lapangan/> (diunggah tanggal 23 Sept, 2017)

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor yang sudah bekerja sama dengan Sekolah

Tinggi Pariwisata Bandung atas kesempatan yang diberikan kepada peneliti atas Publikasi Jurnal. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti yang telah memberi kesempatan kepada peneliti sebagai mahasiswi melakukan *Field Research* dalam program Pascasarjana STP Trisakti dan kepada masyarakat terutama ibu-ibu PKK yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini sehingga peneliti mendapatkan data penelitian.