

PENGGUNAAN MODIFIKASI DAN PROMOSI PRODUK PADA PENGUSAHA CATERING DI KECAMATAN ANTAPANI KOTA BANDUNG

Taufik Sadikin¹, Ari Bramasto², Sri Dewi Anggadini³,
^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Langlangbuana
¹ pixdanishridho@gmail.com, ² ari.bramasto2019@gmail.com,
³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Komputer Indonesia
³ sri.dewi@email.unikom.ac.id

Abstract

Srirahayu catering is located in Antapani Kulon, Kec. Antapani, Bandung City, West Java. The location of the business being carried out is a strategic area, located near the market which ultimately makes it easier for business owners to obtain raw materials, in terms of marketing this area is close to transportation facilities as well as easy access to the main road. The preliminary survey conducted found several problems that occurred in Srirahayu catering include the lack of knowledge of product modification, difficulties in carrying out promotions, limited product marketing problems. We hope that the community service program that we run is able to socialize the use of cardboard food packaging and help partners promote their products through social media.

Keywords: *Modification, Promotion, Product*

Abstrak

Srirahayu catering berlokasi di Antapani Kulon, Kec. Antapani, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi usaha yang dijalankan ini merupakan kawasan strategis, terletak dekat pasar yang pada akhirnya memudahkan pemilik usaha dalam memperoleh bahan baku. Ditinjau dari pemasaran wilayah ini dekat dengan sarana transportasi disamping juga mudah aksesnya ke jalan raya. Beberapa permasalahan yang terjadi pada Srirahayu catering diantaranya adalah minimnya pengetahuan modifikasi produk, kesulitan dalam melakukan Promosi, masalah pemasaran produk yang terbatas. Hasil pengabdian masyarakat yang kami jalankan mampu mensosialisasikan penggunaan kemasan pangan berbahan karton dan membantu mitra mempromosikan produknya melalui media sosial.

Kata kunci: *Modifikasi, Promosi, Produk*

PENDAHULUAN

Usaha Srirahayu catering merupakan bisnis pengolahan makanan dalam melaksanakan bidang usahanya. Usaha Srirahayu catering mulai beraktivitas pada tanggal 10 Oktober 2012 oleh Ibu Srirahayu di Kecamatan Antapani Kota Bandung dan merintisnya dengan upaya kecil-kecilan berikut lebih mengandalkan peralatan yang seadanya, disamping pekerja yang mendukung usahanya dalam berkegiatan adalah anggota keluarga sebanyak 1 orang.

Srirahayu Catering di awal pendiriannya dengan memperkenalkan usahanya metode penitipan melalui kantin-kantin sekolah, di warung-warung. Karena terbukti adanya kepuasan pelanggan, maka

usaha ini pun terus berkembang, dan dengan modal tekad keberanian serta rasa percaya diri yang kuat, akhirnya Srirahayu catering membuka usahanya di rumah dengan membuka usaha Srirahayu catering.

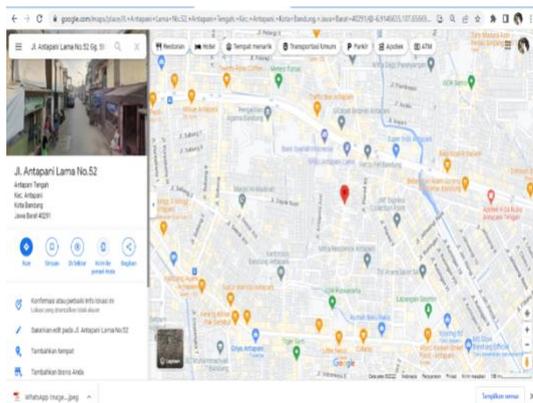
Usaha Srirahayu catering tahap demi tahap berkelanjutan tersampaikan dari mulut yang satu ke mulut yang lain, yang mengakibatkan bertambahnya pelanggan yang membutuhkan jasa Srirahayu catering. Usaha Srirahayu catering semakin dinamis hingga saat ini perkembangannya. Pelanggan Srirahayu catering berasal dari berbagai kalangan, mulai kalangan bawah sekalipun hingga menembus kalangan atas.

Srirahayu catering beralamat di Jl. Antapani Lama No.52 Gg. Strawberry,

Antapani Kulon, Kec. Antapani, Kota Bandung, Jawa Barat 40291. Lokasi ini berada pada wilayah berdekatan dengan Terusan Jl. Jakarta dan Terminal Antapani. Kondisi ini sangat memungkinkan Usaha Catering tidak sepi pelanggan



Gambar 1. Usaha Srirahayu Catering



Gambar 2. Peta Lokasi Usaha Srirahayu Catering

Para pelaku usaha Catering lokasi Antapani di Kecamatan Cicadas Kota Bandung masih terpuruk dalam menjalankan usaha sehari-harinya. Pasalnya, pemasaran makanan dan minuman belum secara signifikan mendorong upaya pemulihan operasional usaha akibat pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung 26 bulan ini.

Usaha Srirahayu catering mampu bertahan, karena selain semangat untuk kesinambungan usaha tetapi juga membuat promosi makanan dan minuman, akibat Pandemi COVID-19 penjualan makanan dan minumannya masih mengalami penurunan dalam usahanya

Permasalahan yang dihadapi Srirahayu
p-ISSN 2715-1123, e-ISSN 2715-1131

catering adalah sebagai berikut:

- 1) Minimnya pengetahuan modifikasi produk
- 2) Kesulitan dalam melakukan Promosi
- 3) Masalah pemasaran produk yang terbatas.

METODE

Perkembangan teknik pemasaran pada penjualan online berkontribusi dalam meraup keuntungan. Tidak sedikit Sistem penjualan on line dari pengemasan produk selanjutnya di dikirimkan menggunakan jasa atau agen pengiriman barang. Peningkatan minat pada pengiriman penggunaan jasa atau agen ini, di pastikan perlu ketepatan metode agar mampu menarik konsumennya. Contoh, penggunaan karton box sebagai kemasan dalam produk dengan harapan tampak menarik dan unik.

Karton box merupakan kemasan berasal dari bahan baku kardus tebal yang dirancang menggunakan ketebalan ukuran disamping juga ada berbeda-beda partikel dalam kerapatannya. Disamping penggunaannya telah lama ada, tetapi dalam tahun-tahun belakangan ini tidak sedikit jumlahnya dipergunakan pada pengemasan berbagai produk.

Saat ini Karton box acap kali dipergunakan dalam pengemasan produk, alhasil banyak pengusaha melirikinya. Tercatat pengusaha sepatu, pakaian, aksesoris, bahkan beberapa makanan telah menggunakan kemasan berbahan karton box saat mengirim melalui jasa pengiriman kepada konsumennya. Selanjutnya, perlu dipahami fungsi pada karton yang memiliki bentuk box tersebut.

Fungsi dan Nilai lebih Karton Box yang perlu ketahui:

- 1) Proteksi produk. Fungsi pertama yakni dipergunakan dalam melindungi produk sebelum dikirim terhadap konsumen. Penggunaan karton box, produk berbentuk sepatu, tas, pakaian, berikut pula khusus untuk makanan menjadi lebih terlindungi dari pengaruh guncangan dan panas pada saat dikirimkan. Produk yang memang mudah mengalami kerusakan atau

url: <http://lpm.unla.ac.id/ojs/index.php/tribhakti>

perubahan diakibatkan faktor cuaca dapat diminimalisir melalui pengemasannya memanfaatkan karton box.

- 2) Terhindar dari risiko aroma dan rasa mengalami perubahan, Poin kedua penekanannya titik beratnya dipengemasan produk yang berbentuk makanan, misalnya pizza, kue, , atau jenis makanan olahan lainnya. Penggunaan karton berupa box dijadikan kemasan mampu memelihara makanan tetap berkualitas supaya tiba dengan aman kondisinya di konsumen. Disamping, aroma dan rasa dari kualitas makanan yang telah dikemas tetap terjaga.
- 3) Produk menjadi aman berkat penyesuaian ukuran karton. Kecemasan adanya kemasan mengalami kerusakan akibat berat dari produk atau factor penyebab yang lainnya. Kondisi ini akibat kemasan karton ini mampu diorder sesuai dengan ukuran dan jenis produk sesuai kebutuhan. Hal lainnya apabila produk memiliki kandungan minyak dan sejenisnya atau mempunyai berat, sehingga karton perlu disesuaikan desain terkait ketebalannya begitu pula dengan gelombang kardus menjadi lebih rapat dalam mencegah terjadinya kebocoran.
- 4) Jenis Produk lebih banyak yang mampu dikemas. Kondisi ini difokuskan bagi produk fashion misalnya pakaian, tas atau juga untuk sepatu.. Hal lainnya, karton box sudah banyak dan mampu dipergunakan sebagai kemasan makanan cepat saji yang beredar di pasaran. Demikian pula untuk hasil-hasil perkebunan misalnya kopi, teh, atau rempah-rempah telah pula beberapa yang dikirim memanfaatkan kemasan karton ini. Penyebabnya, pengemasan dan penyimpanan berbahan berbentuk kardus tebal ini tetap menjagakualitas rasa berikut aromanya yang berasal dari produk hasil perkebunannya. Promosi sebagai bagian dari unsur atau

variabel pada marketing mix memiliki tujuan agar mengingatkan, memperkenalkan, membujuk berikut pula menginformasikan pada konsumen tentang penawaran suatu barang atau produk maupun jasa.

Lima alat promosi terdiri dari :

- 1) Pemasangan iklan, tiap-tiap wujud nyata dari paparan dan promosi non perorangan membutuhkan biaya berkaitan dengan ide, jasa, atau barang oleh pihak sponsor yang pasti. Dapat via periklanan yang terdapat pada media massa , atau iklan yang terdapat pada luar ruangan misalnya terpampang spanduk ,billboard, dan poster.
- 2) Penjualan perorangan, paparan perorangan oleh pihak tenaga penjualan sebuah badan usaha bertujuan membangun hubungan dengan pelanggan dan membuat transaksi penjualan. Meliputi paparan penjualan, promosi insentif dan pameran dagang.
- 3) Promosi penjualan, beberapa insentif jangka pendek agar memotivasi penjualan atau pembelian produk/jasa. Mencakup beberapa pajangan di sejumlah lokasi/ titik yang jadi fokus pemasaran, pemasangan iklan khusus , kupon belanja, bingkisan, discount.
- 4) Relasi masyarakat, membangun keterkaitan yang harmonis dengan pihak publik internal maupun eksternal agar tercipta atau bila perlu menaikkan image baik perusahaan. berperan serta atau menyelenggarakan beberapa acara tertentu bersifat tidak murni berorientasi pada keuntungan dengan instansi lainnya. Contoh mengadakan acara malam bhakti sosial atau menggelar penggalangan dana.
- 5) Pemasaran (tanpa penghubung) langsung, hubungan langsung yang dijalin dengan pelanggan menargetkan ketepatan dengan bertujuan memperoleh respon secepatnya yang memungkinkan agar tercipta relasi baik dengan pihak pelanggan yang terus menerus. Mencakup telemarketing, pasang poster di kios-

kios catalog, iklan via internet dan lain-lain.

pelaksanaan untuk mengatasi permasalahan dalam table sesuai tahapan sebagai berikut:

Deskripsi lengkap bagian metode

Tabel 1
Metode PkM

Permasalahan	Solusi	Metode
1. Minimnya pengetahuan modifikasi produk	1. Meningkatkan pengetahuan modifikasi produk.	1.1 Penyediaan sarana dan prasarana kemasan ramah lingkungan 1.2 Sosialisasi kemasan ramah lingkungan.
2. Kesulitan dalam melakukan Promosi	2. Meningkatkan pengetahuan tentang promosi produk.	2.1 Sosialisasi bentuk-bentuk promosi. 2.2 Pelatihan pemilihan promosi.
3. Masalah pemasaran produk yang terbatas	3. Perluasan pemasaran	3.1 Pendampingan Penggunaan Media Sosial sebagai sarana pemasaran 3.2 Pelatihan penggunaan twibbonize

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Rancangan Daftar Menu

Aktivas dimulai dengan mengestimasi kebutuhan pemasaran melalui pembuatan daftar menu makanan, selanjutnya sesuai pilihan yang ada dikomunikasikan dengan Mitra. Rancangan gambar dan logo didasarkan pada filosofi berikut makna yang disesuaikan dengan informasi pangsa pasar, sehingga menjadi daftar menu di manfaatkan oleh Mitra. Adapun rancangan daftar menu sebagai berikut :



Gambar 3. Cover Daftar Menu



Gambar 4. Daftar Menu

2. Pemasaran secara On Line

Media Tik Tok dan Instagram merupakan wadah dalam menjalan pemasaran kegiatan PkM untuk memperkenalkan Catering Yayu pada media sosial. Pengemasan menggunakan foto dan video sebagai sarana yang dilakukan tim PkM dengan konsep lebih di fokuskan kepada kalangan kaum muda dan dewasa. Video dan gambar yang pada Tik Tok dan Instagram sebagai berikut :

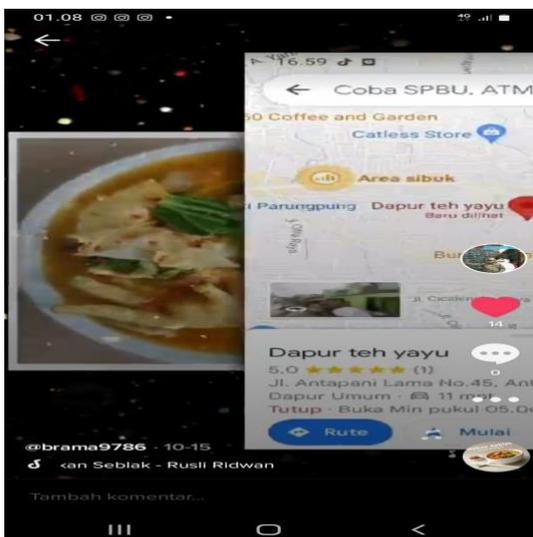


Gambar 5. Promosi di Instagram

bertatap muka langsung dengan mitra dan memberikan contoh kemasan berbahan karton untuk makanan sebagai berikut :



Gambar 7. Sosialisasi Kemasan Pangan berbahan Kertas Karton



Gambar 6. Promosi di Tik Tok



Gambar 8. Contoh Kemasan Pangan berbahan Kertas Karton Promosi di Instagram

3. Sosialisasi Kemasan Berbahan Karton

Penggunaan Kemasan berbahan karton tidak semata-mata diperuntukkan dalam pengiriman paket ataupun kemasan barang elektronik namun dapat pula dimanfaatkan pula dalam mengemas makanan. Misalnya makanan siap saji. material layak untuk digunakan, membuat makanan menjadi aman dan kuat dalam menampung makanannya. Diprioritaskan makanan yang masih hangat ataupun panas.. Tindak lanjut dari penjelasan diatas kami mensosialisasikan penggunaan karton sebagai kemasan makanan untuk catering dan makanan jajanan lainnya dengan

p-ISSN 2715-1123, e-ISSN 2715-1131

KESIMPULAN

Aktivitas Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan sebagai upaya pada program pendampingan mitra dalam promosi menggunakan media sosial dan merubah kemasan pangan yang lebih sehat.

Saat ini pelayanan Catering Yayu mengalami perubahan yang semula terbatas pada makanan bekal beralih pada makanan yang penyajian cenderung mewah dan tidak berhenti sampai disitu saja perbaikan terhadap desainnya agar dapat menjadi yang terdepan dengan mengikut sertakan dalam lomba-lomba makanan. Yayu Catering berupaya pula menyesuaikan pangsa pasar untuk terpilih menjadi catering pada acara pernikahan, acara rapat-rapat di kantor, atau acara lainnya. Tidak hanya itu komitmen

url: <http://lpm.unla.ac.id/ojs/index.php/tribhakti>

