

## STRATEGI DAN BAURAN PEMASARAN BAGI PEDAGANG KUE CINCIN DI BARABAI

Muhammad Maladi<sup>1)</sup>, Melda Sari<sup>2)</sup>, Nirza Marzuki Husien<sup>3)</sup>, Henny Septiana Amalia<sup>4)</sup>, Abdul Kadir<sup>5)</sup>, Dini Rusqiaty<sup>6)</sup>, Soelistijono Boedi<sup>7)</sup>, Iqbal Firdaus<sup>8)</sup>, Rio Adi Saputra<sup>9)</sup>, Ahmad Raihan<sup>10)</sup>, Punda Susanto<sup>11)</sup>

<sup>1-11</sup> STIE Indonesia Banjarmasin

email: [firdaus@stiei-kayutangi-bjm.ac.id](mailto:firdaus@stiei-kayutangi-bjm.ac.id)

### *Abstract*

*The large number of various types of food from other regions makes local food threatened, not to mention the traditional food from other regions in Indonesia which is no less delicious. Many types of food that we used to be able to enjoy are now getting hard to find and the younger generation now don't even know about this type of food. Serious efforts are needed from the government, universities and from the community itself to preserve the local specialties. In order to preserve and develop the regional food, the STIE Indonesia Banjarmasin lecturer team took the time to visit the Hulu Sungai Tengah area, precisely in Barabai City, which is about 150 km away, to do community service by sharing knowledge about entrepreneurship and marketing. The STIE Indonesia Banjarmasin lecturer team conducted a preliminary survey to find out the needs and problems faced by the traders, and continued with brainstorming about the marketing problems they face in the field. After listening to the facts in the field and discussing the problems they face, namely: proposing proposals for capital assistance, providing different flavors, Improving packaging materials and designs by branding, promoting using social media and adding retail points.*

**Keywords:** *Traditional food, Marketing, Community service*

### *Abstrak*

*Banyaknya berbagai jenis makanan dari daerah lain membuat makanan lokal terancam keberadaannya belum lagi makanan tradisional dari daerah lain di Indonesia yang tidak kalah lezatnya. Banyak jenis makanan yang dulu nya bisa kita nikmati sekarang sudah mulai susah didapatkan dan generasi muda sekarang malah tidak mengetahui akan adanya jenis makanan tersebut. Diperlukan usaha yang serius dari pemerintah, perguruan tinggi dan dari masyarakat sendiri untuk melestarikan makanan khas daerah tersebut. Dalam rangka melestarikan dan mengembangkan makanan daerah tersebutlah maka tim dosen STIE Indonesia Banjarmasin menyempatkan waktu untuk berkunjung ke daerah Hulu Sungai Tengah tepatnya di Kota Barabai yang berjarak sekitar 150 km untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan berbagi pengetahuan tentang kewirausahaan dan pemasaran. Tim dosen STIE Indonesia Banjarmasin melakukan survey pendahuluan untuk mengetahui kebutuhan dan masalah yang dihadapi para pedagang, dan dilanjutkan dengan brainstorming tentang permasalahan pemasaran yang mereka hadapi di lapangan. Setelah mendengarkan fakta di lapangan dan berdiskusi tentang permasalahan yang mereka hadapi, yaitu: mengusulkan proposal bantuan permodalan, memberikan variasi rasa berbeda, Memperbaiki bahan dan disain kemasan dengan memberi merek, mempromosikan dengan menggunakan media social dan menambah retail point.*

**Kata kunci :** *Makanan tradisional, Pemasaran, Pengabdian Kepada Masyarakat*

## 1. PENDAHULUAN

Kalimantan seperti wilayah Indonesia lainnya memiliki banyak jenis kuliner khas yang merupakan ciri daerah tersebut. Kuliner ini bisa berupa jenis makanan seperti soto Banjar di Banjarmasin, Ketupat Kandangan di kabupaten Hulu Sungai Selatan, dan nasi itik Gambut. Ada juga jenis kue tertentu seperti kue cincin, wadai gagaduran, kue lam, apam dari Barabai, lamang dan wadai sagu dari Kandangan, sedangkan di Banjarmasin sendiri kita bisa menemukan berbagai macam jenis bingka, ipau, amparan tatak pisang, laksa dan roti pisang.

Kuliner ini bersaing dengan jenis makanan yang dianggap kekinian seperti hamburger, pizza, Dunkin Donut, fried chicken, ramen, yakiniku, shabu shabu dan banyak lagi atau yang berasal dari lain khususnya dari Jawa seperti sate Madura, gudeg Jogja, mie Jawa, nasi pecel blitar, sate tegal, coto makasar, masakan Padang dan banyak lagi jenis kuliner lainnya. Wisata kuliner dapat menjadi andalan utama dalam meningkatkan perekonomian rakyat [1]. Banyaknya jenis makanan yang berasal dari luar daerah yang juga digemari di Kalimantan Selatan khususnya Banjarmasin dikarenakan banyaknya pendatang luar pulau Kalimantan yang menetap dan menjadi warga permanen di Kalimantan Selatan dengan membawa dan mengenalkan makanan dari daerah mereka masing-masing.

Banyaknya berbagai jenis makanan dari daerah lain bahkan negara lain seperti Amerika, Korea, Jepang, China, Thailand yang memasuki wilayah kita membuat makanan lokal terancam keberadaannya belum lagi makanan khas dari daerah lain di Indonesia yang tidak kalah lezatnya. Banyak jenis makanan yang dulu bisa kita nikmati sekarang sudah mulai susah didapatkan dan generasi muda sekarang malah tidak mengetahui akan adanya jenis makanan tersebut. Diperlukan usaha yang serius dari pemerintah, perguruan tinggi dan dari masyarakat sendiri untuk melestarikan makanan khas daerah tersebut.

Dalam rangka melestarikan dan mengembangkan makanan daerah tersebutlah maka tim dosen STIE Indonesia Banjarmasin menyempatkan waktu untuk berkunjung ke daerah Hulu Sungai Tengah tepatnya di Kota Barabai yang berjarak sekitar 150 km untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan berbagi pengetahuan tentang kewirausahaan dan pemasaran. Pemasaran dalam dunia usaha memiliki peran penting dalam berproses dan membuat perencanaan strategi yang bermutasi pada keberhasilan sebuah usaha [2]. Acara pengabdian tersebut sebelum diawali dengan survey lapangan dengan bekerja sama dengan kantor dinas perdagangan setempat untuk mengetahui kebutuhan mereka atau need assessment sehingga diharapkan apabila kita telah mengetahui kebutuhan jenis pelatihan apa yang mereka perlukan maka program pengabdian kepada masyarakat kita akan lebih efektif.

Ada empat lokasi yang menjadi tujuan pengabdian kepada masyarakat yaitu tempat pengrajin Sasirangan di Limpasu, petani kopi di Hantakan, Kue cincin di Batang Alai Utara dan wadai gagaduran di Batang Alai Selatan. Kegiatan berlangsung pada hari Minggu tanggal 15 November dari jam 8 pagi sampai dengan jam 12 siang. Adapun kegiatan berupa sharing, presentasi, tanya jawab dan diskusi yang berkaitan dengan kewirausahaan dan pemasaran sesuai dengan objek pengabdian kepada masyarakat yang dikunjungi.

Kelompok kami mengunjungi kelompok UP2K Desa Muara Rintis Kecamatan Batang Alai Utara, Kabupaten HST. Ada 15 peserta yang hadir di acara tersebut, semua peserta adalah pedagang kue Cincin yang berjualan tidak jauh dari lokasi kami melakukan kegiatan. Kami didampingi oleh pegawai dari Dinas Perdagangan kab. HST dan seorang aparat desa yang juga hadir selama acara yang berlangsung kurang lebih 3 jam. Peserta sangat antusias mendengarkan paparan yang diberikan oleh Bapak Dr. H. Iqbal Firdausi dan Dr. Muhammad Maladi tentang kewirausahaan dan pemasaran sesekali peserta juga bertanya tentang masalah yang mereka hadapi

dalam memasarkan produk atau jualan kue cincin mereka.

## 2. IDENTIFIKASI MASALAH

Paparan kami mulai dengan menanyakan harapan dan apa yang telah mereka ketahui tentang pemasaran secara umum. Sebagian mereka berharap untuk dapat memperluas cakupan pemasaran mereka sehingga tidak berjualan cuma dipinggir jalan didepan rumah mereka tetapi bisa mengirimkan barang nya untuk tempat lain. Tentunya memiliki produk dan cara tersendiri dalam proses pemasarannya. Pada proses pemasaran tentunya harus memiliki pertimbangan yang matang dan tepat [4]. Mereka juga ingin mempatenkan kue yang mereka jual yang berasal dari desa Muara Rintis karena desa lain juga meniru untuk menjual kue tersebut. Ketika ditanya mengenai apa yang mereka ketahui tentang pemasaran mereka hanya mengetahui bahwa pemasaran itu berarti menjual produk mereka lebih banyak lagi.

Berdasarkan hasil tanya jawab dengan peserta pelatihan ada beberapa permasalahan yang mereka hadapi seperti:

1. Kurang modal usaha  
Sebagian besar mereka tidak mempunyai cukup modal untuk membeli mixer atau adonan bahan pembuat kue cincin yang bernilai 25 juta rupiah. Mereka memerlukan alat tersebut untuk menghemat waktu dan tenaga dalam pengerjaan kue cincin. Adanya alat tersebut akan sangat membantu bilamana mereka mendapatkan pesanan dengan jumlah besar pada acara-acara tertentu.
2. Variasi rasa  
Selama ini mereka hanya menjual varian original dan rasa durian. Menurut mereka varian yang original masih lebih laku daripada varian baru mereka yaitu durian. Sebagian besar pedagang cincin masih belum berani untuk bereksperimen dengan varian baru seperti rasa coklat, markisa, kacang, kismis dan lain lain karena mereka takut jualan nya tidak laku walaupun mereka belum pernah mencobanya.
3. Merek

Sebagian besar pedagang cincin tidak memiliki merek untuk kue cincin yang mereka jual, tidak ada indentifikasi siapa pembuat kue cincin yang biasa dibeli oleh orang-orang yang melintas jalan desa Muara Rintis. Mereka berangapan merek tidak

begitu penting karena kue cincin mereka hampir semua nya sama siapapun yang menjualnya.

4. Kemasan  
Selain mereka belum memberi nama atau merek atas produk yang mereka jual, kemasan atau packaging masih terlalu sederhana yang terbuat dari plastic mika yang tipis dan tidak ada informasi apapun di kemasan mereka. Kemasan mempunyai fungsi untuk melindungi dan untuk keperluan transport sebuah barang yang ada didalamnya. Selain itu kemasan juga menunjukkan identitas barang yang dijual dan memberikan informasi terkait tanggal kadaluarsa, kandungan / isi, info halal dan lain lain. Kemasan yang mereka buat baik untuk penjualan yang sifat nya tidak begitu jauh dari kota.
5. Promosi  
Hampir tidak ada promosi yang mereka lakukan selain tanda menjual kue cincin didepan counter penjualan mereka dan Sebagian penjual yang usia mereka relatif muda menawarkan produk mereka melewati WA namun tidak didukung dengan tampilan yang baik. Mereka hanya mengambil gambar produk cincin yang mereka jual dan mengupload di group WA mereka. Memasarkan dagangan mereka dengan menjajakan kuliner di tokodan warungsertamenggunakan media sosial dengan cara dan jangkauan promosi yang masih sangat terbatas [3]. Mereka terlalu terpaku dengan pola penjualan yang statis hanya menunggu orang yang lewat untuk membeli kue cincin yang mereka dagangkan setiap hari, sebagian kecil dari pedagang cincin sudah menitipkan kue cincin mereka di pasar tradisional dan warung makanan di kota Barabai.
6. Saluran distribusi  
Sebagian besar pedagang kue cincin tidak mengenali potensi mereka sehingga sudah

cukup puas berjualan di counter kecil didepan rumah mereka sambil menunggu orang yang singgah untuk membeli kue cincin mereka. Hanya beberapa yang menjual kue cincin tersebut diluar desa Muara Rintis, tetapi jarak nya juga masih tidak begitu jauh yaitu di pasar tradisional setempat atau warung makan dekat desa mereka. Tidak ada yang membagikan kue cincin tersebut dan jaringan penjualan yang luas menjadi alasan kendala mereka untuk meningkat cakupan penjualan kue cincin yang mereka tawarkan.

### 3. METODELOGI PELAKSANAAN

Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan kunjungan ke lokasi pengabdian dua kali di bulan November. Kunjungan pertama untuk melakukan survey pendahuluan untuk mengetahui kebutuhan dan masalah yang dihadapi para pedagang, pengrajin atau petani tradisional yang ada di kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Tim pengabdian STIE Indonesia mendapat arahan dari Dinas Perdagangan setempat untuk penentuan lokasi pengabdian kepada masyarakat yang mereka rekomendasikan. Setelah melalui diskusi dan dilihat dari tingkat urgensi atau impact faktor kegiatan tersebut maka kampung Muara Rintis kecamatan Batang Alai Utara terpilih sebagai lokasi untuk diberikan pelatihan tentang kewira-usahaan dan pemasaran. Sistem pemasaran digitalisasi akan memudahkan konsumen dan pelaku UMKM dalam bertransaksi [5].

Kegiatan pelatihan dimulai dengan menanyakan tentang harapan yang ingin mereka peroleh dari kegiatan pelatihan ini dan dilanjutkan dengan *brainstorming* tentang permasalahan pemasaran yang mereka hadapi dilapangan. Pemateri memberikan ide-ide solusi yang mereka bisa coba untuk aplikasikan untuk meningkatkan omzet penjualan mereka.

Kegiatan dimulai di meeting point Kantor Dinas Perdagangan HST. Kemudian mendapatkan masukan tentang keadaan

terbaru di lapangan dan sedikit diskusi tentang rencana kegiatan. Setelah itu Tim kami menuju lokasi pelatihan di Balai Pertemuan Desa Muara Rintis, Kecamatan Batang Alai Utara Kabupaten HST. Kegiatan dilakukan mulai pukul 09.00 hingga pukul 12.00 WITA. Kegiatan ini dirancang setelah sebelumnya dilakukan survey pendahuluan untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan solusi permasalahan melalui diskusi dengan pihak Dinas Perdagangan Kabupaten HST dan pelaku usaha yang terkait. Materi pelatihan yang diberikan adalah Materi Presentasi dalam format MS Power Point. Selama 3 jam kegiatan dilakukan tanya jawab atau diskusi untuk mencari solusi pemasaran yang sedang mereka hadapi.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari diskusi awal antara nara sumber dan peserta pelatihan, kita dihadapkan dengan pedagang kue cincin yang tangguh dan terbiasa untuk bekerja keras untuk membuat dan menjual kue cincin didepan rumah mereka. Walaupun mereka tidak tahu banyak tentang pemasaran tetapi secara tradisional mereka sudah melakukan usaha awal yang luar biasa yaitu dengan membuat kue yang lezat dan tawarkan pada counter penjualan di depan rumah mereka masing masing.

Setelah berdiskusi dan menerima tutorial selama 3 jam, pedagang kue cincin tersebut mulai memahami potensi yang mereka miliki yang belum termanfaatkan atau digunakan sepenuhnya. Mereka mulai menyadari bahwa pemasaran tidak hanya menjual produk lebih banyak lagi ke pembeli tetapi proses yang diawali sebelum produk itu dibuat hingga setelah penjualannya [6]. Mereka tertarik untuk mencoba konsep distribusi yang kami tawarkan untuk tidak menjual produk cuma didepan rumah masing-masing.

Terlepas dari kendala dan ketidak pahaman akan konsep pemasaran, masalah lainnya yang mereka hadapi adalah modal untuk membeli mixer yang diperlukan bilamana mereka mendapat pesanan yang banyak seperti pada hari perayaan tertentu atau

hari besar Islam. Mereka berharap mendapatkan bantuan dari pihak pemerintah atau dinas terkait untuk memberikan modal kepada mereka.



**Gambar 1.** Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Gambar



**Gambar 2.** Lokasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

## 5. KESIMPULAN

Usaha kelompok UP2K pembuatan kue cincin mempunyai potensi dan prospek yang menjanjikan dimasa yang akan datang karena produk mereka sangat khas dan rasa yang lezat dibuat dengan kualitas beras terbaik dan proses pembuatan yang sudah sesuai standar yang mereka pelajari secara turun-temurun. Semua itu mereka lakukan untuk menjaga mutu kue cincin sehingga sulit untuk ditiru oleh pesaing mereka dari daerah lain.

Setelah mendengarkan fakta dilapangan dan berdiskusi tentang permasalahan yang mereka hadapi, kita menawarkan rekomendasi sebagai berikut:

1. Mencoba untuk membuat proposal ke Dinas Perdagangan atau instansi terkait lainnya untuk mengusulkan bantuan permodalan untuk membeli mixer ukuran besar.
2. Mencoba untuk memberikan variasi rasa untuk kue cincin yang mereka gunakan agar tidak menjual varian original saja.
3. Memperbaiki bahan dan disain kemasan dengan memberi merek untuk produk yang mereka jual.
4. Mempromosikan kue cincin dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram.
5. Menambah retail point seperti di rumah makan, pasar tradisional, cafe dan lain-lain atau menitipkan produk mereka untuk dipasarkan di kota lain seperti Banjarmasin dan Banjarbaru.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada STIE Indonesia Banjarmasin dalam mensupport kegiatan pengabdian masyarakat ini. Serta kepada Dinas Perdagangan HST, Usaha kelompok UP2K dan masyarakat HST yang telah bersedia berpartisipasi dalam kegiatan ini.

## 7. REFERENSI

- [1] R. D. M. Cortese, M. B. Veiros, C. Feldman, and S. B. Cavalli, "Food safety and hygiene practices of vendors during the chain of street food production in Florianopolis, Brazil: A cross-sectional study," *Food Control*, vol. 62, pp. 178–186, 2016, doi: 10.1016/j.foodcont.2015.10.027
- [2] Istifadhon, N., Wardah, I., & Stikoma, T "PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA PELAKU USAHA BATIK ECOPRINT" *jurnal APTEKMAS* Volume 5 Nomor 1 2022.

- [3] Nadjmuddin, M., Sunani, Yusri, Ariyanti, I., Wulandari, F., Putri, T., & Putri, WP. "PENDAMPINGAN PEMBUATAN KEMASAN DAN IKLAN KULINER KHAS DAERAH PRODUK PEDAGANG KECIL DI KECAMATAN ILIR BARAT PALEMBANG" jurnal APTEKMAS Volume 5 Nomor 1 2022
- [4] Sofiyana, M.S., Lestari, L.D., Triamini, M. H., Faizah, A.I., & Ardiyansyah, V.R., " SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM DI KECAMATAN SUTOJAYAN, KABUPATEN BLITAR" jurnal APTEKMAS Volume 4 Nomor 4 2021.
- [5] Helmalia A. PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA PADANG. JEBI (Jurnal Ekon dan Bisnis Islam) Volume 3 Nomor 2 tahun 2021.