

PEMASARAN ROTI JALA UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI KELUARGA DI LINGKUNGAN 18 RENGAS PULAU MEDAN

Sri Wahyuni Tarigan^{1*}, Widya Fernanda Putri¹, Anita Christine Sembiring¹,
Uni Pratama Tarigan¹, Yennimar²

¹Teknik Industri, Universitas Prima Indonesia

²Teknik Informasi, Universitas Prima Indonesia

*email: *sriwahyunitarigan@unprimdn.ac.id*

Abstract: Roti jala is a typical food of the Malay people in North Sumatra. This dish is also often found in Riau. In Medan (Deli) North Sumatra, this food is often served with chicken curry or goat curry mixed with pickled pineapple and can also be served with pickled cucumber and carrots. Roti jala is a combination of Indian and Malay cuisine. Along with the development of the times, roti jala is not only sold by the Malay community, now various tribes have made and marketed it, including the community of Environment 18, Rengas Pulau Subdistrict. People in the 18 district of Rengas Pulau generally sell roti jala as an additional income of 70% and a main income of 30% to improve the family economy.

Keyword: jala roti enak

Abstrak: Roti jala adalah makanan khas masyarakat Melayu di Sumatera Utara. Hidangan ini juga banyak di temui di Riau. Di Medan (Deli) Sumatera Utara makanan ini sering disajikan dengan gulai kari ayam atau gulai kari kambing di campur acar nenas dan bisa juga dengan acar timun dan wortel. Roti jala merupakan perpaduan masakan India dengan Melayu. Seiring dengan perkembangan zaman roti jala tidak hanya di jual oleh masyarakat Melayu saja, saat ini berbagai suku telah membuat dan memasarkannya termasuk masyarakat Lingkungan 18 Kelurahan Rengas Pulau. Masyarakat di lingkungan 18 Kelurahan Rengas Pulau umumnya menjual roti jala sebagai penghasilan tambahan sebanyak 70% dan penghasilan utama sebanyak 30% untuk meningkatkan ekonomi keluarga.

Kata kunci: jala roti

PENDAHULUAN

Roti jala biasanya di sajikan sebagai menu sarapan atau makan malam. Roti jala sering dihidangkan sebagai menu takjil saat bulan ramadhan. Bahan yang di gunakan untuk membuat roti jala adalah tepung terigu, gula garam, santan dan margarin. Roti jala rasa original berwarna krem memiliki rasa yang gurih. Roti jala memiliki bentuk tipis dan berlubang seperti jala atau jarring, hal ini di karenakan masyarakat melayu seba

gian besar tinggal di daerah pesisir dan bermata pencarian sebagai nelayan. Seiring dengan perkembangan zaman roti jala tidak hanya di jual oleh masyarakat Melayu saja, saat ini berbagai suku telah membuat dan memasarkannya termasuk masyarakat Lingkungan 18 Kelurahan Rengas Pulau, di Medan (Deli) Sumatera Utara makanan ini sering disajikan dengan gulai kari ayam atau gulai kari kambing di campur acar nenas dan bisa juga dengan acar timun dan wortel.

Roti jala merupakan perpaduan masakan India dengan Melayu, di Pekanbaru roti jala di sebut roti kira.

Masyarakat di lingkungan 18 Kelurahan Rengas Pulau umumnya menjual beragam jenis sarapan seperti lontong sayur dan nasi gurih termasuk roti jala sebagai penghasilan utama dan penghasilan tambahan namun tidak ada signifikan penambahan namun tidak ada signifikan peningkatan hasil penjualan dari tahun ke tahun hanya sebatas cukup memenuhi kebutuhan sehari-hari saja disebabkan pemasaran masih sangat tradisional dan di pasarkan hanya di depan rumah tanpa ada jenis pemasaran ataupun penjualan yang lebih modern, maka perlu di lakukan perbaikan pemasaran agar dapat meningkatkan hasil penjualan roti jala sehingga dapat meningkatkan ekonomi keluarga.

METODE

Berdasarkan hasil pengamatan di lingkungan 18 Rengas Pulau maka perlu di lakukan perbaikan pemasaran agar dapat meningkatkan hasil penjualan sehingga berimbas pada peningkatan ekonomi keluarga dengan menerapkan metode 3P (Product, Place dan Promotion).

Product (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk diperhatikan, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Termasuk ke dalamnya objek fisik, layanan, orang, tempat, organisasi, dan ide. Produk adalah bagian penting dari program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Membeli produk bukan hanya tentang memiliki produk, tetapi juga tentang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang di pasarkan

di Lingkungan 18 belum memiliki beragam rasa yang menjadi menu pilihan konsumen, masih original saja yaitu roti jala di sajikan dengan kuah kare ayam tanpa ada rasa citra lain seperti roti jala rasa keju atau coklat, sehingga perlu di buat menu baru beragam rasa roti jala untuk meningkatkan penjualan.

Place (Tempat)

Suasana, merupakan kesan keseluruhan yang disampaikan oleh tata letak fisik dan dekorasi, adalah elemen utama dari penampilan tempat. Suasana dapat menghadirkan perasaan santai atau sibuk, kesam mewah, atau efisiensi. Maka penjual benar-benar harus mempertimbangkan dan memilih lokasi yang dapat dijangkau oleh masyarakat saat memilih lokasi yang berkaitan dengan keterlibatan jangka panjang dengan elemen kapital intensif, untuk itu pemilihan lokasi yang baik dan strategis menjadi salah satu peran yang baik dalam bisnis. Di tinjau dari tempat (place) pemasaran roti jala di Lingkungan 18 belum strategis, pemasaran ataupun penjualan roti jala masih di lakukan di depan rumah agar membuka penjualan lebih banyak lagi maka perlu menyewa lahan untuk di jadikan cafe dalam skala kecil atau resto dalam skala besar.

Promotion (Promosi)

Promosi adalah jenis komunikasi pemasaran di mana penjual berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau mendorong pasar sasaran untuk menerima, membeli, dan menjadi pelanggan yang setia. Tujuan promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran konsumen, menarik pembeli, dan meningkatkan jumlah pelanggan yang setia. Promosi untuk pemasaran roti jala di lingkungan 18 masih dari mulut ke mulut belum ada di pasarkan menggunakan media online di sebabkan terhambat oleh

pengetahuan penjual terhadap aplikasi penjualan secara online. Agar pemasaran meningkat perlu berkerja sama dengan toko yang memasarkan makanan secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Roti jala aneka rasa

Roti jala adalah makanan yang sangat populer di Sumatera Utara, mulai Medan Riau, Pekanbaru, dan Aceh. Ini juga populer di Malaysia, Singapore, dan dianggap sebagai makanan atau roti berasal dari Timur Tengah. Makanan ini biasanya disajikan dengan kuah kari Melayu. Roti jala adalah salah satu jenis kue basah tradisional Melayu. Meskipun namanya juga roti namun roti ini sebenarnya tidak seperti bentuk roti biasa. Ini karena roti jala khas Melayu ini memiliki bentuk tipis, berongga, atau berlubang-lubang seperti jaring atau jala yang biasa digunakan para nelayan untuk menangkap ikan.

Roti jala di lingkungan 18 sudah menghasilkan produk dua jenis rasa yang biasanya hanya satu rasa saja yaitu roti jala asin. Roti jala asin biasanya disajikan dengan kuah kari ayam atau kuah kari daging sapi. Produk terbaru yaitu roti jala manis dilengkapi dengan saus kuah durian. Produk terbaru yaitu roti jala manis banyak di sukai oleh konsumen karena rasanya lemak manis berasal dari buah durian selain juga legit, maka pemasaran roti jala di Lingkungan 18 mengalami peningkatan pemasaran atau pun penjualan secara signifikan karena telah melakukan inovasi terhadap produk pengolahan roti jala.



Gambar 1. Roti jala acar timun wortel dan kuah kari ayam

Lokasi pemasaran roti jala

Menentukan lokasi bisnis yang strategis sangat penting untuk pertumbuhan usaha kecil dan menengah di lingkungan 18 mengingat bisnis ini banyak di lakoni ibu-ibu rumah tangga. Lokasi strategis sudah pasti mudah dijangkau oleh konsumen, dan pilihannya biasanya didasarkan pada target pembeli atau segmen pasar. Hal ini sangat penting, terutama bagi yang ingin menyewa ruko untuk bisnis.

Pengetahuan tentang demografi target pasar seperti gender, usia, dan penghasilan sangat penting saat menentukan lokasi bisnis yang strategis. Menentukan lokasi yang strategis untuk bisnis memerlukan pemahaman yang lebih baik tentang target bisnis yang dituju. Hal ini juga akan mempengaruhi strategi pemasaran yang akan digunakan oleh usaha seperti roti jala. Saat ini lokasi penjualan roti jala sudah berdasarkan target pasar yaitu dekat dengan sekolah dan berada di lingkungan pekerja yang membutuhkan makanan pagi hari

sebelum berangkat kerja jika kesempatan masak memasak tidak dapat dilakukan karena kesibukan bekerja.

Memperhatikan tingkat keramaian menjadi salah satu cara menentukan lokasi usaha yang strategis seperti tempat lalu lintas kendaraan dan pejalan kaki yang lewat. Jika ramai, lokasi tersebut bisa sangat menguntungkan. Semakin sering daerah tersebut dikunjungi masyarakat, maka semakin tinggi kesempatan konsumen untuk mendatangi lokasi berjualan. Di lingkungan 18, ada banyak lokasi strategis yang bisa dilirik untuk bisnis, salah satunya di depan swalayan dan mall yang terdapat di Marelan Lingkungan 18.

Menentukan lokasi usaha yang strategis haruslah memperhatikan akses yang mendukung, yakni mudah diakses oleh para konsumen. Ini termasuk kondisi jalan memadai untuk bisa dilewati kendaraan. Lokasi usaha yang dilewati oleh transportasi umum menjadi nilai plus lainnya.

Bila lokasi usaha yang jaraknya berdekatan dengan kompetitor terlihat merugikan. Sebab, akan memberi peluang yang sangat besar untuk bersaing. Namun, nyatanya memilih lokasi usaha yang berada di area kompetitor menguntungkan jika dilihat dari segi pemasaran. Tidak perlu banyak memasarkan lokasi usaha, karena pembeli yang datang mengunjungi kompetitor jadi tahu bahwa tempat usaha Anda berdekatan dengan toko tersebut. Menentukan lokasi usaha yang strategis dan dekat kompetitor pun akan mendekatkan tempat usaha pada target market yang dituju.

Lokasi usaha yang strategis adalah letaknya yang mudah terlihat. Dari segi pemasaran, lokasi semacam ini juga efektif dalam menghemat biaya. Salah satu lokasi dengan visibilitas yang baik di Lingkungan 18 Marelan adalah Suzuya Marelan Plaza dan Supermarket Irian.

Kawasan ini ideal untuk tempat usaha karena lokasinya terletak di pusat kota Marelan. Di tambah lagi, terdapat berbagai hunian di sekeliling lokasi tersebut, seperti Perumahan dan lokasi perkantoran seperti Bank.

Lingkungan menjadi faktor penting yang bisa mempengaruhi pandangan konsumen. Misalnya jika membuka usaha roti jala namun berlokasi di tempat yang kurang bersih atau dekat dengan pembuangan sampah. Pasti konsumen akan enggan untuk berkunjung ke tempat usaha kuliner tersebut.

Ukuran dari tempat usaha yang di jalankan pun perlu dipertimbangkan karena, ciri dari tempat usaha yang strategis adalah tempatnya yang memadai. Jika tempat usaha terlalu kecil, maka membuat pengalaman belanja konsumen menjadi tidak baik. Sedangkan jika terlalu besar akan terlalu sulit untuk mengurusnya. Karena itu, pastikan ukuran tempat usaha cukup dan ideal, agar memudahkan konsumen untuk membeli.

SIMPULAN

Masyarakat khususnya penjual roti jala mendapat pengetahuan baru untuk membuat roti jala dengan beragam rasa yang dapat dinikmati oleh pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan. Penjualan sudah dilakukan secara online yang bekerja sama dengan beragam merchant kuliner untuk meningkatkan hasil penjualan. Memperoleh informasi baru seputar modal usaha yang dapat mengembangkan penjualan roti jala ke dalam kemasan pembungkus roti jala ke dalam kemasan yang lebih higienis, menarik dan murah sehingga modal penjualan dapat di minimalisir sesuai produksi yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS),
Perekonomian Medan Timur dan
Sekitarnya, <http://www.bps.com>
(2010).
- Gilbert, D. (2002). *Multimedia
Technology*, Queensland: University
of Queensland
- Eleanor L. Criswell (1989).
- Michael Simkins, Karen Cole, Fern
Tavalin and Barbara Means,
*Increasing Student Learning
Through Multimedia Projects*.
- Nazir Mohammad (2015), *Metodologi
Penelitian Bogor* :Pustaka Ilmu
Pujawan. Nyoman, *Ekonomi Teknik
Surabaya*: Institut Teknologi
Sepuluh November, Guna
Widya (2014).
- Richard E. Mayer, Roxana Moreno,
2018, *Aids to computer-based
multimedia learning*, Richard E.
Mayer*, Roxana
MorenoDepartemenPsikologi,Univer
siy of California, Santa Barbara, CA
93106, USA.
- Rilla Kusuma Dewi (2017), *Resep
Membuat Roti Jala Beragam
Rasa*.<http://cookpad.com/id/resep/3272409>.
- Surtono (2019), *Toko Mesin Online
(2019), Sedia Mesin Indonesia* :Jalan
Kaliurang km 10,
Sardonoharjo, ngaglik, Sleman 5581,
email Sediamesin@gmail.com.
- Suyanto, *Analisis dan Desain Aplikasi
Multimedia untuk Pemasaran, Andi
Offset Yogyakarta* 2004.
- Unesco, *Introduction | The multimedia
approach*, diakses dari www.unesco.org/education/tlsf/TLSF/intro/mod02/uncom, tanggal 1 Mei 2018
- Vircinia Fine Ananda Rombon, Frendy
A.O Pelleng, Danny D.S Mukuan,
*Pengaruh Produk, Harga, Promosi
dan Tempat Terhadap Keputusan
Pembelian Handphone di Toko
Bahtera Cell It Center Kota Manado*,
Productivity, Vol.2 No.3, 2021 e-
ISSN.2723-0112, *Productivity*, Vol.
2 No. 3, 2021 e-ISSN. 2723-0112.