

Analisis Pengembangan Usaha Kuliner Sebagai Peluang Usaha Rumahan di Desa Lau Gumba

Annisa Sanny

Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi, Jl. Jend. Gatot Subroto Km 4,5 Sei Sikambing, Kota Medan, Indonesia
annisasanny@pancabudi.ac.id

Muhammad Toyib Daulay

Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi, Jl. Jend. Gatot Subroto Km 4,5 Sei Sikambing, Kota Medan, Indonesia
toyib.daulay@dosen.pancabudi.ac.id

Dhea Yulianisa

Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi, Jl. Jend. Gatot Subroto Km 4,5 Sei Sikambing, Kota Medan, Indonesia
dheayulianisa@gmail.com

Article's History:

Received 24 December 2023; Received in revised form 29 December 2023; Accepted 1 January 2024; Published 1 April 2024. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

Suggested Citation:

Sanny, A., Daulay, M. T., & Yulianisa, D. (2024). Analisis Pengembangan Usaha Kuliner Sebagai Peluang Usaha Rumahan di Desa Lau Gumba. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 10 (2). 1161-1164. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2283>

Abstract:

This research shows that culinary businesses, especially tanghulu strawberries, can increase business opportunities and the family economy in the application of the 4P marketing mix development strategy which includes strategies through products, namely producing products from local products, using traditional bamboo skewer equipment, not using food preservatives. Strategy through price, namely by setting prices according to the quality of the products produced and the market area. Furthermore, the promotion strategy is sales promotion by using banners, placing brand signs in front of the house, placing brand name stickers on the packaging, and selling directly to buyers. Furthermore, the distribution place strategy is to distribute culinary businesses directly to consumers. As for the obstacles faced by home-based entrepreneurs, where internally seen from the financial aspect, the capital used still comes from business owners, from the human resources aspect, namely the lack of knowledge about marketing methods and technology utilization. Furthermore, the infrastructure used is still very simple and traditional. While externally there is competition among home-based culinary business entrepreneurs.

Keywords: Culinary Business; Development Strategy; Home Business Opportunities.

Pendahuluan

Meningkatnya jumlah penduduk dapat menyebabkan penurunan jumlah peluang kerja terbuka, yang pada gilirannya mendorong orang untuk mendirikan bisnis mereka sendiri untuk menyelesaikan masalah finansial mereka. Salah satu cara untuk meningkatkan ekonomi adalah melalui aktivitas industri, yang bertujuan untuk memperbaiki struktur ekonomi dalam jangka panjang. Keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup tidak dapat diimbangi oleh jumlah barang yang tersedia. Salah satu komponen yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia adalah usaha rumahan (Harahap, 2022). Ada tiga alasan utama untuk keberadaan usaha rumahan di Indonesia. Pertama, karena kinerja industri kecil dan rumah tangga cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, karena dinamikanya, industri kecil dan rumah tangga sering mencapai peningkatan produktivitas melalui investasi dan perubahan teknologi. Terakhir, industri kecil dan rumah tangga sering dianggap memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dibandingkan dengan usaha besar (Fatria et al., 2017).

Saat ini kegiatan usaha rumahan sudah banyak diminati oleh kalangan masyarakat karna dengan alasan tidak memerlukan modal yang besar, bisa menambah penghasilan dan yang paling terpenting masih bisa melakukan kegiatan usaha di rumah saja, karena jenis kegiatan perekonomian ini dipusatkan di rumah. Usaha rumahan menggunakan tenaga kerja non-profesional dengan modal kecil. Ada yang meminjam dari bank atau dari

anggota keluarga mereka untuk membuat bisnis. Dengan asumsi bahwa industri rumah tangga dapat membantu perekonomian keluarga, industri rumah tangga biasanya dijalankan oleh ibu rumah tangga, dan mempekerjakan beberapa orang (Ananda & Ashaluddin, 2016).

Selain itu, beberapa karyawan industri tersebut adalah anggota keluarga atau tetangga sekitar. Tidak dapat disangkal bahwa masalah ekonomi saat ini menjadi masalah terpenting di mana-mana, terutama bagi orang-orang kelas bawah. Kehidupan modern menuntut mereka untuk terus mempertimbangkan cara terbaik untuk bertahan hidup dan menjaga perekonomian mereka. Jelas mereka harus memiliki rencana untuk meningkatkan ekonomi mereka. Membangun Usaha Rumahan di daerah pedesaan sangat penting karena dapat mengurangi angka pengangguran, meningkatkan taraf hidup masyarakat di daerah pedesaan, dan mengurangi laju urbanisasi penduduk. Pada umumnya, industri desa adalah industri skala kecil dalam hal modal, proses, alat, manajemen, dan pemasaran. Menurut (Haryanto, 2008), rumah tangga menghadapi situasi mendesak untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Pertama, mereka harus mengurangi pengeluaran yang tidak dibutuhkan dan kedua, meningkatkan sisi pendapatan mereka dengan memaksimalkan sumber daya ekonomi mereka. Cara ini dilakukan untuk meningkatkan pendapatan keluarga, jadi banyak orang ingin mendirikan Usaha Rumahan untuk meningkatkan ekonomi keluarga mereka (Mur Agni, 2017).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman pemasaran masyarakat desa Lau Gumba khususnya pengusaha kuliner tanghulu *strawberry* rumahan. Pemahaman tentang pemasaran adalah untuk memahami dan menggunakan informasi pemasaran dalam memasarkan produk dan melihat peluang usaha. Tingkat pemahaman tentang pemasaran yang tinggi akan membantu masyarakat untuk memasarkan produk mereka dengan tepat sasaran dan dapat membaca peluang yang ada. Untuk mengetahui pola pengelolaan hasil produksi lokal masyarakat desa Lau Gumba. Potensi lokal yang ada untuk dikembangkan menjadi produk baru dalam menciptakan peluang usaha yang mana akan membantu masyarakat untuk mencapai tingkat perekonomian keluarga yang baik.

Tinjauan Pustaka

(Arsyad, 2001) menyatakan bahwa pembangunan industri adalah upaya untuk meningkatkan kesejahteraan, yang berarti tingkat hidup yang lebih baik dan taraf hidup yang lebih baik. Selain itu, industrialisasi tidak dapat dipisahkan dari upaya untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja manusia bersama dengan peningkatan spektrum aktivitas manusia. Menurut (Widiyanto, 2010), peran sektor industri adalah untuk memperkuat struktur ekonomi nasional dan saling mendukung antara sektor, meningkatkan perekonomian nasional, menyerap tenaga kerja untuk mereduksi kemiskinan, dan memberikan pemberdayaan masyarakat. Diharapkan juga dapat meningkatkan pertumbuhan per kapita. Indonesia, sebagai negara yang sedang berkembang, selalu berusaha meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakatnya melalui pembangunan di seluruh negara (Lia, 2007).

Industri di daerah pedesaan sangat penting jika kita ingin mengembangkan dan meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan nilai tambah. Industri usaha kecil memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sebuah wilayah, dan pertumbuhan usaha rumahan terus berkembang seiring dengan kemajuan. Meskipun industri kecil dan kerajinan masyarakat memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, mereka telah ada sejak lama dibandingkan dengan industri manufaktur dan industri modern. Terlepas dari itu, penghasilan industri kecil umumnya masih dianggap rendah (Hamdi & Yadewani, 2019).

Metodologi

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian masalah ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian lapangan khusus yang dilakukan pada suatu lokasi di desa Lau Gumba, Berastagi- Karo dan usaha kuliner tanghulu *strawberry* rumahan. Penelitian ini diolah secara kualitatif dengan menggunakan uraian dari informasi yang di dapatkan dari objek yang di teliti (Arikunto, 2010).

Adapun pendekatan penelitian yang penulis gunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Sugiyono, 2014).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di usaha kuliner tanghulu *strawberry* khususnya mengenai strategi peluang pengembangan usaha rumahan melalui pengumpulan data berdasarkan observasi dan

wawancara. Dapat diketahui bagaimana strategi pengembangan usaha kuliner tanghulu *strawberry* rumahan yang dapat dilakukan adalah dengan pengembangan usaha rumahan dengan menggunakan bauran pemasaran.

- a. Strategi melalui pengembangan produk adalah sebuah strategi yang berupaya untuk peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk yang ada saat ini. Produk usaha kuliner masih diproduksi dengan cara manual yaitu menggunakan alat-alat yang sederhana dengan menggunakan tusuk dari bahan bambu dan hanya menggunakan bungkus plastik polos. Dalam strategi produk, terkadang banyak faktor tentang produk yang dihasilkan. Mulai dari desain, warna, bentuk, kemasan, dan karakteristik fisik lainnya dari produk. Pemilik usaha kuliner harus lebih memperhatikan keinginan para konsumen sehingga produk yang di buat lebih diminati oleh pelanggan.
 - 1) Konsumen akan memperhatikan mutu dari tanghulu *strawberry* sebelum mereka membeli
 - 2) Konsumen lebih mengetahui perbedaan mutu dari setiap tanghulu yang dijual
 - 3) Konsumen selalu mencari produk yang terbaik
 - 4) Penjual harus selalu menjaga mutu untuk mempertahankan langganan.
- b. Strategi melalui harga, menurut hasil penelitian dalam penetapan harga banyak yang menjadi pertimbangan oleh usaha kuliner rumahan di wilayah pemasaran yang dekat dengan tempat produksi akan lebih murah dibandingkan harga yang dipasarkan jauh dari tempat produksi, karena adanya biaya angkut, transportasi dan sebagainya yang harus dikeluarkan oleh usaha kuliner.
- c. Strategi melalui promosi, promosi ini diciptakan untuk menarik pelanggan agar segera membeli setiap produk tanghulu *strawberry* yang telah ditawarkan. Agar pelanggan tertarik untuk membeli, promosi penjualan harus dibuat semenarik mungkin. Adapun cara promosi yang dapat dilakukan adalah dengan meletakkan spanduk penjualan sehingga konsumen dapat dengan mudah melihat tempat penjualan. meletakkan merek/stiker pada kemasan penjualan. Hal ini diharapkan volume penjualan akan meningkat. Dengan promosi terjadi komunikasi pemasaran yang menghubungkan penjual dengan para pelanggannya dan masyarakat luas, berfungsi untuk memberitahu, mengingatkan dan memperkenalkan.
- d. Strategi melalui distribusi, berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa strategi melalui distribusi memberikan peran penting dalam menjaga mutu dari tanghulu distribusi. Hal ini sejalan dengan produksi buah *strawberry* yang berdekatan dengan tempat pemasaran/penjualan usaha kuliner tanghulu *strawberry*. Pendistribusian dilakukan secara langsung dengan pengantaran sesuai dengan permintaan dan penjualan langsung di tempat wisata di sekitar desa lau gumba.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang lakukan bahwa strategi pengembangan usaha kuliner rumahan yang dilakukan melalui bauran pemasaran. (a) Strategi melalui produk yaitu menghasilkan produk masih menggunakan peralatan tradisional seperti tusuk dari bambu, membuat label produk, tidak menggunakan bahan pengawet, sudah terdaftar di Dinas Kesehatan dan sudah mendapatkan surat izin usaha. (b) Strategi melalui harga yaitu penetapan harga sesuai dengan kualitas produk dan wilayah pemasaran. (c) Strategi melalui promosi yaitu promosi penjualan dengan menggunakan spanduk, meletakkan plang merek di pinggir jalan, meletakkan nama merek dalam kemasan, penjualan langsung. (d) Strategi melalui distribusi yaitu dengan cara mengantarkan produk langsung ke konsumen.

Referensi

- Ananda, R., & Ashaluddin, A. (2016). *Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik*. Riau University.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta..(2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, L. (2001). *Peramalan Bisnis, Edisi Pertama*. BPFE. Yogyakarta.
- Fatria, M. A., Jahrizal, J., & Pailis, E. A. (2017). *Strategi pengembangan industri rumah tangga di kota pekanbaru (studi kasus usaha jamur crispy industri pengolahan jamur tiram)*. Riau University.
- Hamdi, K., & Yadewani, D. (2019). Pengembangan usaha kuliner home industri sebagai peluang kaum perempuan menuju industri kreatif. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 101–116.
- Harahap, S. A. (2022). *Strategi pemberdayaan ekonomi rumah tangga melalui usaha kecil pada masa pandemi covid-19 (studi kasus Usaha Harapan Kita Di Desa Salambue Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)*. IAIN Padangsidempuan.
- Haryanto, S. (2008). *Peran Aktif Wanita Dalam Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Miskin: Studi Kasus Pada Wanita Pemecah Batu Di Pucanganak Kecamatan Tugu Trenggalek*.

Lia, A. (2007). *Ekonomi Pembangunan Edisi I*. Yogyakarta: *Graha Ilmu*.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Widiyanto, J. (2010). *SPSS For Windows untuk analisis data statistik dan penelitian*. Surakarta: *Bp-Fkip Ums*, 51.