



UPAYA MELESTARIKAN JAJANAN TRADISONAL DI PASAR SETONO BETEK KEDIRI MELALUI DESAIN ULANG *MARKETING* *MIX*

Zulistiani¹, Sri Aliami², Basthoumi Muslih³, Ema Nurzainul Hakimah⁴, Restin Meilina⁵,
Samari⁶

¹Universitas Nusantara PGRI Kediri

zulistiani@unpkediri.ac.id

²Universitas Nusantara PGRI Kediri

srialiami@unpkediri.ac.id

³Universitas Nusantara PGRI Kediri

basthoumi@unpkediri.ac.id

⁴Universitas Nusantara PGRI Kediri

emahakimah@unpkediri.ac.id

⁵Universitas Nusantara PGRI Kediri

restin@unpkediri.ac.id

⁶Universitas Nusantara PGRI Kediri

samari@unpkediri.ac.id

ABSTRAK

Pada tahun 2017 pemerintah Kota Kediri melakukan Proyek perbaikan dan penataan ulang pasar setono betek. proyek ini menyebabkan penurunan penjualan bagi pedagang Pasar Sotono Betek Kota Kediri, karena para pedagang kesulitan untuk menemukan para pembeli yang menjadi langganannya. Para pedagang jajanan tradisional termasuk yang terkena dampak dari proyek pemerintah ini. Di sini para pedagang jajanan tradisional harus bekerja keras lagi untuk mencari para pembeli baru yang diharapkan akan menjadi pelanggannya kelak. Oleh karena itu, tim pengabdian dari Universitas Nusantara PGRI Kediri Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen memberikan pengarahan dan pendampingan untuk melakukan desain ulang Marketing Mix untuk meningkatkan penjualan jajanan tradisional yang berupa inovasi-inovasi baru dalam penjualan. Inovasi tersebut berupa inovasi produk (bentuk, ukuran dan warna), inovasi distribusi pemasaran, dan inovasi promosi. Sasaran program pengabdian yaitu para pedagang jajanan tradisional di pasar Setono Betek Kota Kediri yang bertempat tinggal di kelurahan Setono Pande Kota Kediri yang merupakan wilayah dimana pasar itu berada. Metode yang digunakan oleh tim pengabdian ini yaitu berupa pengarahan, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Dari hasil evaluasi tim pengabdian masyarakat bahwa para peserta pedagang jajanan tradisional pasar Setono Betek Kota Kediri yang melakukan desain ulang Marketing Mix mengalami peningkatan penjualan.

Kata kunci : Jajanan Traditional, *Marketing Mix*

ABSTRACT

In 2017 the Kediri City government carried out a repair and rearrangement project for the Setono Betek market. This project causes a decrease in sales for the Sotono Betek Market traders because the traders have difficulty finding buyers who are their customers. Traditional snack traders are among those affected by this government project. Here the traditional snack traders have to work hard again to find new buyers who are expected to become customers in the future. Therefore, the service team from Nusantara University PGRI Kediri, Faculty of Economics and Business, Management Study Program provided guidance and assistance to redesign the Marketing Mix to increase sales of traditional snacks in the form of new innovations in sales. These innovations are in the form of product innovation (shape, size and color), marketing distribution innovation, and promotion innovation. The target of the service program is the traditional snack traders at the Setono Betek market, Kediri City, who live in the Setono Pande village, Kediri City, which is the area where the market is located. The method used by this service team is in the form of direction, training, mentoring and evaluation. From the results of the community service team's evaluation that the participants of the traditional snack traders of the Setono Betek market in Kediri City who redesigned the Marketing Mix experienced an increase in sales.

Keywords: Traditional Snacks, Marketing Mix

PENDAHULUAN

Banyak warga kelurahan Setono Pande Kecamatan Kota Kediri yang bekerja sebagai pedagang pasar di pasar Setono Betek Kota Kediri. Di Kelurahan Setono Pande banyak industri makanan rumahan yang menjual produknya di pasar Setono Betek yang diantaranya industri jajanan pasar tradisional yang hasil olahannya dijual di pasar Setono Betek. Salah satu pemilik industri jajanan tradisional yang tim pengabdian temui adalah ibu Sri yang merupakan generasi kedua dalam keluarganya yang mengolah dan menjual jajanan tradisional di pasar Setono Betek. Menurut beliau usaha ini dimulai sejak tahun 1972. Pada awalnya pemasaran produknya dilakukan secara berkeliling sampai akhirnya tahun 1980 pasar tradisional Setono Betek dibuka, lalu keluarga ibu Sri menjual produk jajanan tradisional di sana. Pasar Setono Betek merupakan pasar terbesar di kota Kediri yang di mana banyak orang dari Kediri maupun luar kota Kediri datang untuk berbelanja di sana., Menurut beliau, sebelumnya keluarganya mampu menjual 2.500 kue per hari, dengan jam kerjanya 05.00-15.00 WIB. Sampai akhirnya ada proyek renovasi dan penataan ulang Pasar yang menyebabkan penurunan penjualan.

Proyek renovasi dan penataan ulang yang dilakukan oleh pemerintah Kediri sesuai dengan Perwal No. 31 Tahun 2010 (Perwal 2010). Proyek yang dimulai pada tahun 2017 dan

diresmikan pada 18 Oktober 2018. Proyek ini menyebabkan ketidakpastian khususnya untuk para pedagang Pasar Sotono Betek Penurunan penjualan disebabkan sepi pembeli seperti yang dinyatakan dalam berita pemerintah kota Kediri (Kediri 2020). Sepinya pembeli dikarenakan penataan ulang, karena para pedagang sangat jarang memanfaatkan teknologi komunikasi untuk dagangannya sehingga para pelanggan kesulitan untuk menemukan para pedagang langganannya. Keadaan ini juga di aminkan oleh Wali kota Kediri Abdullah Abu Bakar seperti yang termuat dalam detik News Rabu, 03 Januari 2018 (Saputra 2018). Keadaan pasar yang sudah sepi bertambah sepi lagi karena adanya PPKM selama pandemi Covid 19.

Dengan keadaan tersebut diatas Tim pengabdian masyarakat program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri ingin membantu para pedagang pasar Setono Betek Kota Kediri khususnya untuk para pelaku industry jajanan tradisional untuk meningkatkan penjualannya. Saat observasi awal tim pengabdian menemukan beberapa fakta yang diantaranya system pemasaran, produksi dan distribusi masih sangat konvensional. Pembuatan produk yang kurang *update* (bentuk, ukuran, variasi, dan pewarnaan), teknik pengemasan dan promosi yang sangat minim, dan system penjualan yang hanya mengandalkan pelanggan yang datang dipasar. Hal-hal tersebut perlu adanya perbaikan untuk meningkatkan penjualan. Perlunya system pemasaran yang tepat berperan untuk memenangkan *mind share* pelanggan (Kartajaya, Hermawan; Kotler 2005). Diperlukan strategi pemasaran yang tepat karena ini merupakan alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pengembangan keunggulan daya saing produk dan program program pemasaran untuk melayani pasar sasaran (Tull 2016). Oleh karena itu, Tim pengabdian masyarakat program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri bekerjasama dengan pihak kelurahan Setono Pande melakukan beberapa kegiatan untuk membantu menyelesaikan permasalahan tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan ini tim pengabdian masyarakat program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri menggunakan metode observasi, pengarahan, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Observasi dilakukan pada Maret 2021 di rumah salah satu pelaku usaha jajanan tradisional yaitu Ibu Sri Lestari (Ibu Sri dijadikan mitra contoh untuk pelaku usaha jajanan tradisional di lingkungan kelurahan Setono Pande). Saat observasi awal inilah

diputuskan bahwa kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tahapan yaitu observasi awal, pengarahannya, pelatihan dan pendampingan, dan evaluasi.



Gambar 1. Kegiatan Observasi Awal

Tahap pengarahannya dilakukan pada bulan Juni 2021 di rumah Ibu Sri Lestari (tempat proses produksi jajanan tradisional) yang beralamat di kelurahan Setono Pande Kota Kediri dengan mendatangkan beberapa pelaku usaha jajanan tradisional di pasar Setono Betek Kota Kediri. Dalam tahap ini tim pengabdian menyampaikan beberapa solusi untuk meningkatkan penjualan melalui inovasi penjualan. Inovasi tersebut berupa inovasi produk (bentuk, ukuran dan warna), inovasi distribusi pemasaran, dan inovasi promosi..



Gambar 2. Kegiatan Pengarahannya dilakukan baik *Online* maupun *Offline*

Tahap Pelatihan dan pendampingannya dilakukan pada bulan September hingga Desember 2021 dan masih bertempat di rumah Ibu Sri Lestari. Pada tahap ini tim pengabdian

mendatangkan praktisi bisnis dalam olahan makanan. Tim pengabdian melakukan pelatihan inovasi produk, pengemasan dan pemasaran.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi yang dilakukan pada akhir Desember 2021 yang bertempat di Kantor Kelurahan Setono Pande Kota Kediri. Pada tahap ini, Tim pengabdian mengevaluasi pelaksanaan inovasi-inovasi yang telah disampaikan pada saat tahapan-tahapan sebelumnya. Pada tahap ini juga dilaksanakan diskusi dan tanya jawab terkait hasil inovasi yang telah dilakukan dan saran perbaikan yang harus dilaksanakan dimasa yang akan datang.



Gambar 4. Kegiatan Evaluasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan Pengabdian masyarakat kepada para pedagang jajanan tradisional pasar Setono Betek Kota Kediri yaitu tercapainya pendesainan ulang *Marketing Mix* untuk produk jajanan tradisional yang berupa inovasi penjualan. Inovasi tersebut berupa inovasi produk (bentuk, ukuran dan warna), inovasi distribusi pemasaran, dan inovasi promosi. Inovasi yang pertama yaitu inovasi produk (inovasi dalam bentuk, ukuran dan pewarnaan). Dalam inovasi ini, jajanan tradisional yang sebelumnya bentuk, ukuran dan warna yang sangat monoton seperti jajanan pada umumnya, setelah adanya inovasi produk maka produk menjadi lebih menarik. Sebagai contoh, untuk jajanan kue tok yang umumnya berbentuk tempurung, ukurang besar dan warna merah setelah adanya inovasi produk menjadi kue tok yang bias dibentuk dengan berbagai macam bentuk buah atau sayur dengan ukuran menjadi mini dan berwarna warni. Dengan inovasi ini akan lebih *eye catching* bagi para pembeli. Inovasi produk ini dapat menambah segmen pasar yang sebelumnya di konsumsi orang dewasa saja kini bisa di konsumsi anak-anak juga karena bentuk dan warna yang menarik akan menarik minat anak-anak untuk memakannya.



Gambar 5. Inovasi Produk (atas: sebelum inovasi, bawah: setelah inovasi)

Inovasi yang kedua yaitu inovasi distribusi pemasaran. Pemasaran produk yang semula sangat konvensional yang hanya mengandalkan lapak di pasar Setono Betek Kota Kediri, maka oleh tim pengabdian disarankan untuk menambah saluran distribusi dengan

menitipkan produknya ke warung-warung yang berasad di daerah kelurahan Setono Pane Kota Kediri.



Gambar 6. Inovasi Distribusi Pemasaran (atas: sebelumnya hanya berjualan di pasar, bawah: setelahnya pemasaran juga melalui sistem penitipan pedagang toko di berbagai wilayah)

Inovasi ketiga yaitu inovasi promosi dengan melakukan promosi lewat media social dengan pembuatan logo produk dan kartu nama, serta foto produk dengan tampilan yang menarik untuk memikat konsumen baru yang melihat produnya lewat media social.



Gambar 7. Inovasi Promosi Online (Desain Logo, Foto, Kartu Nama)

Dari evaluasi pelaksanaan pengabdian masyarakat oleh tim pengabdian masyarakat program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang bekerjasama dengan pihak kelurahan Setono Pande ini mendapat respon yang sangat baik bagi para pedagang jajanan pasar tradisional di daerah tersebut. Para pedagang menyatakan bahagia untuk mendapat ilmu baru untuk kemajuan usahanya. Para pedagang juga menyatakan setelah mendapatkan pengarahan dan pendampingan sekarang banyak mendapat banyak permintaan pesanan karena produknya semakin di kenal oleh masyarakat luas tidak hanya di sekitar daerah kelurahan Setono Pande sehingga penjualan produk mereka mengalami peningkatan.

KESIMPULAN

Tim pengabdian masyarakat program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang bekerjasama dengan pihak kelurahan Setono Pande melaksanakan pengarhan dan pendampingan terhadap para pedagang jajanan tradisional yang berdagang di pasar Setono Betek Kota Kediri untuk meningkatkan penjualan produknya melalui desai ulang *Marketing Mix* yang berupa inovasi-inovasi baru dalam produk jajanan tradisional. Inovasi tersebut berupa inovasi produk (bentuk, ukuran dan warna), inovasi distribusi pemasaran, dan inovasi promosi. Metode yang di pakai oleh tim pengabdian ini yaitu berupa pengarahan, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Dari hasil evaluasi tim pengabdian masyarakat bahwa para peserta pedagang jajanan tradisional pasar Setono Betek Kota Kediri yang melakukan desain ulang *Marketing Mix* produknya mengalami peningkatan penjualan.

REKOMENDASI

Seiring perkembangan zaman dan persaingan dalam bisnis yang semakin ketat, Tim pengabdian masyarakat program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri merekomendasikan kepada para pengusaha jajanan tradisional untuk terus melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk meningkatkan penjualan produknya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) Pak Lurah beserta jajarannya di Kelurahan Setono Pande Kota Kediri atas kesempatan kerjasama dan penyediaan tempat pelaksanaan evaluasi pengabdian 2) Kepada para pelaku usaha jajanan tradisonal yang telah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan penuh antusias, 3) Ketua LPPM Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Kartajaya, Hermawan; Kotler, Philip. 2005. *Rethinking Marketing Sustainable Market-Ing Enterprise Di Asia*. Jakarta: PT Indek.

Kediri, Pemkot. 2020. "Pedagang Pasar Setono Betek Kota Kediri Ditata Ulang." Retrieved April 28, 2022 (<https://kedirikota.go.id/p/dalamberita/7180/pedagang-pasar-setono-betek-kota-kediri-ditata-ulang>).

Perwal. 2010. "Perwal No 31 2010."

Saputra, Andhika Dwi. 2018. "Rampungnya Pasar Setono Betek Kediri Masih Sisakan Persoalan." *Detik News*. Retrieved May 3, 2022 (<https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3797445/rampungnya-pasar-setono-betek-kediri-masih-sisakan-persoalan>).

Tull, Donald S; Lynn R. Kahle. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.