

STRATEGI PEMASARAN JAJANAN TRADISIONAL KUE PUTU CANGKIRI DI SULAWESI SELATAN

Oleh
Hernita
E-mail: nitazafio62@gmail.com
Dosen STIM Lasharan Jaya Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis strategi pemasaran jajanan tradisional kue putucangkiri agar tetap diminati masyarakat secara nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan tergolong pada jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini meliputi: Sumber Data Primer dan Sumber Data Sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi pemasaran jajanan tradisional kue putucangkiri meningkatkan penjualan baik secara local maupun nasional, hal ini dibuktikan bahwa pihak penjual memvariasikan model dan bentuk kue putucangkiri dalam beberapa warna tanpa meninggalkan cita rasa dan menjauhi dari bahan pengawet dan pewarna sehingga menjadi alasan masyarakat tetap mengemari makanan tersebut.

Keyword: Strategi Pemasaran, Jajanan Tradisional

A. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan kemajuan-kemajuan hampir di seluruh aspek kehidupan manusia. Di era modern ini berbagai alat canggih dan mutakhir semakin mengiringi kehidupan manusia sehari-hari. Imbasnya hal-hal tradisional pun perlahan semakin ditinggalkan dalam rangka penyesuaian hidup sebagai manusia modern.

Salah satu contoh yang mulai ditinggalkan adalah makanan-makanan tradisional yang proses dan penyajiannya memakan waktu cukup lama bila dibandingkan dengan berbagai makanan cepat saji (*fast food*) yang saat ini terdapat dimana-mana. Tentunya, segala sesuatu yang cepat saji dan modern tak selamanya memiliki segalanya; makanan *fast food* cenderung berlemak dan tidak sehat. Kue putu merupakan salah satu kue basah jajanan tradisional khas Indonesia yang memiliki cita rasa yang nikmat. Kue yang ketika dimasak memiliki ciri khas bunyi ini merupakan salah satu kue favorit masyarakat Indonesia. Awalnya, kuliner putucangkiri terbuat dari tepung beras ketan putih yang ditaburi dengan remah-remahan gula merah, kemudian dicampur hingga adonan menjadi merata, dan selanjutnya dimasukkan ke dalam cetakan berbentuk mangkuk, diisi dengan setengah

adonan tepung kemudian dimasukkan parutan kelapa muda dan ditutup lagi dengan sisa adonan tepung beras ketan, dan kemudian dikukus hingga matang. Kebayang kan hasilnya setelah matang seperti apa? yup, persis seperti gambar paling atas di artikel ini, khususnya kue Putu Cangkiri yang berwarna kecoklatan. Berasa manis kenyal-kenyal beras ketan dibagian kulitnya dan setelah gigitan mencapai bagian tengah kuenya maka aroma dan rasa gurih parutan kelapa menjadikan rasa sempurna di lidah. Nah lama kelamaan, adonan kue ini pun berkembang menjadi beberapa rasa dan campuran tertentu, diantaranya Putu Cangkiri dengan aroma Pandan (berwarna hijau), Putu Cangkiri dari jenis tepung beras ketan merah (berwarna ungu), dan Putu Cangkiri dengan campuran gula pasir putih (berwarna putih). Setiap adonan memiliki cita rasa dan aroma yang khas, tinggal pilih rasa dan aroma kesukaanmu dan jangan ragu, karena semuanya pasti berisi parutan kelapa muda di bagian tengahnya yang bikin kue ini menjadi sangat gurih dan nikmat. Bagi saya, Putu Cangkiri dengan campuran gula merah lah yang paling enak dan pas dilidah saya. Jenis Putu Cangkiri gula merah inilah yang merupakan Putu Cangkiri asli sejak awal mulanya (Putu Cangkiri yang berwarna kecoklatan).

Penyajiaannya yang cepat, rasa yang enak, nikmat dan tetap sehat membuka peluang usaha yang cukup menjanjikan. Usaha kue putu dapat dijalankan secara sederhana serta sasaran konsumennya pun luas.

B. PERMASALAHAN

Bagaimana analisis strategi pemasaran bisnis putucangkiri mampu diminati masyarakat ?

C. TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan UKM menjadi bagian integral di dalam perubahan struktur yang sejalan dengan modernisasi agribisnis dan agroindustri, khususnya yang mendukung ketahanan pangan, serta perkuatan basis produksi dan daya saing industri melalui pengembangan rumpun industri, percepatan alih teknologi, dan peningkatan kualitas SDM. Sementara itu, pengembangan usaha mikro menjadi pilihan strategis untuk mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan. Koperasi berkembang semakin luas menjadi wahana yang efektif dalam menciptakan efesiensi kolektif para anggota koperasi, baik produsen maupun konsumen, sehingga menjadi pelaku ekonomi yang mampu mendukung upaya peningkatan kesejahteraan sosial ekonomi. Kenyataan yang ada menunjukkan bahwa usaha kecil adalah penyumbang besar kepada kekuatan ekonomi negara dan telah terbukti terutama di saat resesi ekonomi pada tahun 1985 dan 1997.

Kesulitan pada masa resesi ekonomi telah dibantu diatasi oleh kehadiran usaha-usaha kecil. Pada saat pabrik-pabrik besar mulai merasakan efek kemunduran ekonomi dan memecat para pekerja, usaha kecil terus bertahan. Malah mereka yang di PHK dari perusahaan besar turut aktif menjadi pengusaha kecil kepada perekonomian negara di setiap tempat di dunia, era perdagangan yang akan datang dikatakan sebagai milik usaha kecil. Era usaha kecil mungkin adalah era keempat atau kelima dalam evolusi perdagangan setelah era-era produksi, penjualan dan pemasaran (mungkin satu lagi era setelah era pemasaran). Sumbangan usaha kecil kepada masyarakat dan juga negara adalah sangat signifikan dan bentuk

sumbangan tersebut di antaranya adalah memberikan pekerjaan, penciptaan teknologi/metode baru dan juga produk baru untuk kepentingan negara, membantu perkembangan usaha-usaha besar sebagai vendor (pemasok dan outsourcing) dan sebagainya. Jika kapasitas usaha kecil dapat diintegrasikan menjadi besar, langkah ini akan amat banyak membantu perkembangan usaha-usaha besar.

Model pertumbuhan unit usaha baru yang bernilai informal adalah yang paling menonjol di Indonesia dan diperkirakan lebih dari 90 persen unit usaha baru di Indonesia lahir dari model ini. Penyebabnya adalah: (1) sistem kekerabatan yang masih kental di Indonesia sehingga pengusaha mempunyai kecenderungan menampung keluarga yang belum bekerja dan selanjutnya mereka dapat membuka usaha sendiri, (2) komoditas yang dijual UMKM berteknologi sederhana sehingga mudah ditiru oleh pekerjanya dengan membuka usaha sendiri, (3) kesempatan usaha yang terbuka luas sehingga banyak unit usaha yang lahir karena faktor kebetulan, (4) keterpaksaan untuk menyambung hidup atau mengisi waktu karena sulit memperoleh pekerjaan dan (5) faktor sosial budaya dan lain-lain.

Pedagang Kaki Lima ini timbul dari adanya suatu kondisi pembangunan perekonomian dan pendidikan yang tidak merata di seluruh Negara Republik Indonesia. Pedagang Kaki Lima ini juga timbul dari akibat tidak tersedianya lapangan pekerjaan bagi rakyat kecil yang tidak memiliki kemampuan dalam produksi. Persoalan pedagang kaki lima di perkotaan khususnya Kabupaten Maros akan selalu ada karena empat hal yaitu: pertama adalah karena adanya kebutuhan masyarakat terhadap barang-barang yang lebih murah, bervariasi sesuai dengan selera mereka serta lokasi penjualan yang mudah dijangkau. Hal ini mampu dipenuhi oleh para pedagang kaki lima yang memiliki mobilitas (pikulan, gerobal dorong, sepeda). Kedua, jumlah pencari kerja lebih besar dibandingkan dengan lapangan kerja formal yang tersedia. Maka sektor informal khususnya pedagang kaki lima merupakan penyelesaian terhadap persoalan ini. Di samping adanya orang-orang yang memang sulit dapat tertampung pada sektor formal karena tingkat pendidikan yang

tidak memadai. Ketiga, adanya kesenjangan pertumbuhan ekonomi antara kota dengan desa yang mencerminkan terjadinya sentralisasi pembangunan, menyebabkan aliran sumber daya manusia dari desa ke kota untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik. Sedangkan yang keempat adalah adanya keterbatasan ruang usaha yang strategis bagi pedagang kaki lima.

1. Ragam Kue Putu

a. Putu Ayu

Dulu, hanya kue putu bambu (bumbung) saja yang dikenal di Jawa. Tetapi, kreativitas kuliner kemudian melahirkan kue putu ayu yang justru lebih banyak dijumpai. Soalnya, kue putu bambu hanya dijual langsung oleh penjualnya yang biasanya berkeliling malam hari. Sedangkan kue putu ayu bisa tahan lebih lama dan biasa dijual di banyak toko kue.

Kue putu ayu dicetak dalam cetakan yang membentuk seperti bunga. Penampillannya dan warnanya yang cantik - biasanya hijau muda dari daun suji, dengan kelapa parut seperti salju di atasnya - membuat kue putu yang satu ini disebut sebagai putu ayu. Tekstur dan rasanya agak beda dengan putu bambu. Putu bambu lebih “kepyar” (mudah tercerai-berai), sedangkan putu ayu lebih padu dengan tekstur mirip kue bolu. Kebanyakan putu ayu dibuat dari campuran tepung beras dan tepung ketan.

Kue putu ayu ini sangat mirip dengan kue putu cangkir yang populer di Makassar dan Gowa. Bedanya, putu cangkir biasanya tidak diwarnai, dan selalu dibuat langsung berdasarkan pesanan. Dari segi tekstur, putu cangkir lebih mirip putu bambu karena sama-sama dibuat dari tepung beras. Hanya cetakannya saja yang berbentuk seperti cangkir, bukan ruas bambu.

b. Putu Mayang

Kembali pada kue putu mayang yang telah disinggung di atas. Cara pembuatannya berbeda dengan membuat putu bambu ataupun putu ayu. Dalam pembuatan putu mayang, tepung berasnya lebih halus dan dicampur dengan lebih banyak air. Adonan ini kemudian di-ekstrusi membentuk seperti mi. Tergantung cetakannya, bisa sebesar

penampang mi, bisa juga halus seperti penampangbihun. Terus-terang, dulu pun saya pernah mengira bahwa putu mayang ini dibuat dari bahan. Keduanya memang sama-sama dibuat dari tepung beras. Bedanya, bahan melalui proses dikeringkan dulu sebelum kemudian direbus atau dikukus.

Putu mayang juga dikukus. Di Malaysia, kebanyakan disajikan dengan parutan kelapa setengah muda yang dicampur gula pasir. Tetapi, di Jawa lebih banyak disajikan dengan santan kental yang dicampur gula merah. Saya punya langganan putu mayang buatan rumahan ibu India di Medan. Tekstur putu mayangnya sangat bagus. Sangat mirip dengan putumayam di Johor Bahru yang pernah saya temukan beberapa tahun yang lalu. Di Pluit, Jakarta Utara, juga ada penjual putu mayang yang boleh tahan.

c. Awug, Iwel-iwel, dan Ombus-ombus

Sebetulnya, di daerah-daerah Indonesia lainnya sangat banyak jajanan yang mirip kue putu. Contohnya adalah awug di Tatar Sunda. Bedanya, awug dicetak dalam kukusan nasi, sehingga menghasilkan kue berukuran sangat besar. Tepung beras diselang-seling dengan gula merah. Bentukan seperti tumpeng ini kemudian dipotong-potong dan dicampur parutan kelapa setengah muda.

Di Jawa juga ada jajanan yang disebut iwel-iwel. Mirip kue putu bambu, tetapi parutan kelapanya dicampur dengan tepung beras, diisi parutan gula merah, dibungkus daun pisang, kemudian dikukus dalam dandang. Jajanan yang persis sama dapat ditemukan di Banjarmasin dengan nama gagauk. Di Manado, mirip seperti iwel-iwel maupun gagauk, tetapi dibungkus daun pandan, dan bernama koyabu. Harum daun pandan membuat koyabu sekelas di atas iwel-iwel dan gagauk.

Jajanan yang sama dengan iwel-iwel ini juga populer di Tapanuli dan Medan. Namanya ombus-ombus. Jajanan ini terutama populer di Siborong-borong, tetapi sekarang telah populer di seluruh Sumatra Utara. Dalam bahasa Tapanuli, ombus-ombus berarti diembus-embus.

Maklum, jajanan ini selalu dijajakan dalam keadaan panas, sehingga harus diembus-embus dulu sebelum dimakan.

Pembuatan ombus-ombus sedikit beda dari iwel-iwel. Tepung berasnya dikukus dulu dalam bungkus kain, kemudian dicampur dengan parutan kelapa. Adonan ini kemudian diisi gula merah, dibungkus daun pisang berbentuk kerucut, kemudian dikukus lagi sampai matang. Dalam keadaan panas, ombus-ombus langsung dibungkus rapat dalam panci besar dan dijajakan berkeliling. Pada sebuah pagi yang dingin di tepi Danau Toba, saya pernah menikmati hangatnya ombus-ombus yang legit. *Duh, nikmatnya*

Bila ombus-ombusnya tidak dibungkus daun pisang, hanya dikepal-kepal dan dikukus, namanya berubah menjadi pogul-pogul. Karena terpapar langsung pada uap air panas, "kulit" pogul-pogul lebih kering. Saya lebih suka ombus-ombus karena teksturnya lebih lembut, di samping aroma daun pisangnya lebih padan dengan aroma tepung beras dan gula merah di dalamnya. Di Sumatra Utara, ombus-ombus dan pogul-pogul adalah jajanan sarapan yang cocok untuk mendampingi kopi pahit.

Di lapo-lapo Batak di Jakarta, kita juga sering menemukan jajanan yang agak mirip ombus-ombus, tetapi namanya lapet (bukan e pepet, dilafaskan seperti pada terompet). Bedanya, lapet dibuat dari tepung ketan. Bila tepung ketannya lebih halus dan campuran airnya lebih banyak (kadang-kadang juga dicampur kentang atau tepung sagu untuk membuatnya lebih kenyal), dan kemudian diisi unti atau enten-enten (parutan kelapa yang dimasak dengan gula merah), namanya berubah lagi menjadi lapek bugil (lepat bugis) di Padang. Di Jawa disebut kue bugis.

Di Purworejo, Jawa Tengah, ada semacam kue bugis yang dikenal dengan nama kue lompong. Bahannya sama, yaitu tepung ketan, tetapi kemudian dicampur dengan tepung dari batang daun talas (Jawa = lompong). Isinya bukan unti, melainkan kacang tanah

tumbuk dan gula pasir. Hasilnya adalah jajanan gurih dan manis yang luar biasa.

2. Marketing Mix

Dalam teori strategi pemasaran, kita pernah mendengar konsep 4P Marketing Mix yang digagas oleh Kotler, salah satu pakar pemasaran terkemuka. 4P yang dimaksud adalah Produk (Product), Harga (Price), Lokasi (Place), dan Promosi (Promotion)

a. Produk (Product):

Tahap pertama dari strategi pemasaran yang kita ambil adalah menentukan produk/jasa yang akan kita tawarkan pada konsumen/pasar. Cara sederhana yang bisa kita lakukan adalah membuat riset kecil-kecilan ke target pasar sehingga kita bisa membandingkan produk kita dengan kompetitor, mengetahui respon pasar, serta mengevaluasi kelebihan dan kekurangan produk kita. Dengan mengadakan riset tersebut akan membantu kita untuk mengevaluasi/meningkatkan mutu produk, memahami keinginan konsumen, serta memberikan gambaran prospek produk kita di masa mendatang.

Kita ambil contoh usaha bakery rumahan. Produk yang dihasilkan berupa berbagai kue kering. Kita bisa mencoba membeli produk milik kompetitor untuk kita pelajari baik dari segi kemasan, harga, dan rasa. Kemudian bandingkan dengan produk yang kita buat.

Lalu bagaimana pasar/konsumen mengenal produk kita?. Kita bisa membuat tester yang bisa ditawarkan ke tetangga/kantor/ kenalan. Perhatikan baik-baik untuk setiap respon/input yang masuk, terlebih masalah rasa karena tiap orang memiliki selera yang berbeda.

b. Harga (Price):

Strategi pemasaran selanjutnya adalah menentukan harga. Menentukan harga bisa jadi hal yang paling rumit. Pertanyaan yang sering timbul adalah: Apakah harga produk saya bisa diterima pasar? kemahalan/tidak ya?.

Umumnya, cara yang digunakan adalah dengan menggunakan patokan hitungan biaya produk tersebut dari mulai bahan baku hingga siap jual. Setiap produk memiliki komponen biaya tersendiri. Menentukan harga produk berdasarkan biaya dilakukan dengan

menambahkan prosentase margin tertentu ke biaya produk, dimana prosentasie tersebut dianggap sebagai keuntungan. Prosentase tersebut didapatkan dari rata-rata margin di pasaran. Namun, metode tersebut memiliki kelemahan. Daya pembeda yang menjadi keunikan produk luput diperhitungkan sehingga produk mengalami krisis keunikan. Dimana keunikan ini justru membantu produk agar memiliki harga premium di pasaran.

Jika produk yang kita hasilkan, misalnya kue kering, terbuat dari bahan-bahan premium, dibuat dengan higienis, tanpa pengawet, dan aman dikonsumsi untuk semua usia, maka keunikan produk tersebut akan mendongkrak harga produk menjadi harga premium.

c. Lokasi (Place)

Lokasi menentukan omzet penjualan". Tanggapan tersebut memang benar adanya. Tentu kita ingin produk kita laku keras. Tapi bagaimana produk akan laku jika kita salah perhitungan dalam menentukan lokasi?, yang justru akan mengakibatkan kerugian. Terlebih bila disekitar sudah ada produk kompetitor, yang bisa mengakibatkan head to head competition. Hal yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi adalah target pasar (low, middle, up), produk yang dijual sesuai kebutuhan masyarakat sekitar, dan jumlah kompetitor yang ada di wilayah tersebut.

D. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan tergolong pada jenis penelitian deskriptif kualitatif Sumber data dalam penelitian ini meliputi: Sumber Data Primer dan Sumber Data Sekunder. Instrument penelitian ini merupakan peneliti sendiri Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah:Teknik Interview, Wawancara mendalam (indepth interview), Observasi,,Dokumentasi.Teknik analisis data yang digunakan mengikuti konsep yang diberikan Miles dan Huberman adalah:Pengumpulan data (data collection) dilakukan setelah penarikan kesimpulan berdasarkan masalah dan tujuan penelitian, sehingga diperoleh proposisi-proposisi,

pernyataan atau resume sebagai temuan penelitian yang dapat berlaku secara umum. Mereduksi data (data reduction), untuk kepentingan penyederhanaan data dalam rangka lebih mempertajam data yang dibutuhkan. Menyajikan data (data display) secara terorganisir dan sistematis, sehingga membentuk satu komponen yang utuh dan terpadu.Penarikan kesimpulan (drawing) yakni melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh untuk mencari makna, mencatat keteraturan pola, hubungan sebab akibat yang mungkin dapat dijadikan sebagai suatu kesimpulan yang sangat longgar tetap terbuka, dan menarik kesimpulan final.

E. PEMBAHASAN

Keragaman kue tradisional di Sulawesi Selatan, memang tidak diragukan, salah satu kue tradisional yakni Putu Cangkiri' atau jika di-indonesiakan menjadi Putu Cangkir. Penamaan cangkiri' ini karena bentuk kue putu yang satu ini memang mirip cangkir terbalik. Jika ditilik dari suku katanya, *Putu Cangkiri'* ini terdiri atas dua suku kata, yaitu: *Putu*; panganan dari beras ketan dan *Cangkiri'* yang berarti "cangkir". Jadi *Putu Cangkiri'* ini adalah panganan dari ketan yang bentuknya menyerupai bagian bawah cangkir jika posisinya diletakkan terbalik

Bahan, alat dan proses pembuatan putu cangkir memiliki Bahan utama terdiri dari tepung beras, gula merah/gula pasir, pewarna makanan (untuk varian putu selain gula merah) dan isinya diberi parutan kelapa. Alatnya terdiri dari panci untuk mengukus, corong minyak yang kecil, botol minuman dan kain. Cara membuatnya juga sangat mudah, tepung beras ditumbuk secara halus kemudian di campurkan dengan gula merah (gula jawa) / gula pasir yang telah dihancurkan kemudian di beri isian kelapa muda. Membuat putu cangkir tidak membutuhkan waktu yang lama, tepung beras dan gula dimasukkan di dalam corong (hanya bagian pinggir dan bawahnya) selanjutnya diberi parutan kelapa kemudian di tambahi lagi adonan dan ditutup dengan kain basah, kemudian corong dibalik, lau dikukus. Tingkat kesulitan pembuatan putu cangkiri ada pengukusan yang harus pas. Jika tidak maka adonan bisa terburai. Setelah dikukus

putu diangkat lalu bagian bawahnya dilapisi potongan daun pisang atau daun pandan.

Awalnya, kuliner Putucangkiri, terbuat dari tepung beras ketan putih yang ditaburi dengan remah-remahan gula merah, kemudian dicampur hingga adonan menjadi merata, dan selanjutnya dimasukkan ke dalam cetakan berbentuk mangkuk, diisi dengan setengah adonan tepung kemudian dimasukkan parutan kelapa muda dan ditutup lagi dengan sisa adonan tepung beras ketan, dan kemudian dikukus hingga matang. Khususnya kue Putu Cangkiri yang berwarna kecoklatan, terasa manis kenyal-kenyal beras ketan dibagian kulitnya dan setelah gigitan mencapai bagian tengah kuenya maka aroma dan rasa gurih parutan kelapa menjadikan rasa sempurna di lidah. Nah lama kelamaan, adonan kue ini pun berkembang menjadi beberapa rasa dan campuran tertentu, diantaranya Putu Cangkiri dengan aroma Pandan (berwarna hijau), Putu Cangkiri dari jenis tepung beras ketan merah (berwarna ungu), dan Putu Cangkiri dengan campuran gula pasir putih (berwarna putih). Setiap adonan memiliki cita rasa dan aroma yang khas, tinggal pilih rasa dan aroma kesukaanmu dan jangan ragu, karena semuanya pasti berisi parutan kelapa muda di bagian tengahnya yang bikin kue ini menjadi sangat gurih dan nikmat. Lokasi penjualan putu cangkiri yang terbesar terletak di Desa Tanetea, Kecamatan Bajeng Barat, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan yang berlokasi sekitar 20 km dari titik nol kota Makassar. cara pembuatan dan ragam jenis kuenya. Nah di daerah Bajeng inilah bisa kita temui sekitar 40 hingga 50 pedagang kue Putu Cangkiri yang berjejer di sepanjang jalan rayanya.

Putu cangkir dapat ditemui hampir di setiap kedai kue di Makassar. Namun biasanya putu cangkir di kedai-kedai kue merupakan putu cangkir yang sudah jadi sehingga kita jarang bahkan tidak bisa mendapatkan putu cangkir dalam keadaan hangat. Nampaknya Putu cangkir semakin digemari terbukti dengan semakin banyaknya kedai-kedai khusus yang menjual putu cangkir, di kedai tersebut kita bisa melihat proses pembuatannya. Beberapa kedai tersebut terletak dapat ditemui di jalan pettarani, Sungai Saddang Baru. Semakin digemarinya putu cangkir patut disyukuri, dan

seharusnya memang seperti itu, kita harus mencintai warisan kuliner negeri kita.

Putus pembuatan putu cangkir dengan berbagai varian rasa dan warna serta melihat proses pembuatan putu cangkir, terletak di Kabupaten Gowa tepatnya di Jalan Poros Limbung Daerah Tanetea. Kedai-kedai putu cangkiri ini berada di pinggir jalan sehingga cukup mudah untuk diakses pengguna jalan. Kedai putu cangkir yang ada di Limbung berbeda dengan kedai putu cangkir yang biasa dijual di Kota Makassar. Di Kota Makassar anda hanya menemui dua varian rasa putu cangkir yakni manis dengan gula merah dan gula putih. Jika menggunakan gula merah, maka otomatis warna *Putu Cangkir* juga merah kecoklatan begitupun ketika menggunakan gula putih (gula pasir). Namun di kedai-kedai yang terdapat di Jalan Poros Limbung, anda dapat menikmati putu dengan berbagai warna dan rasa selain kedua warna tersebut. Anda dapat menikmati putu cangkir berwarna pink, hijau, hitam, ungu dan coklat (*mocca*). Selain itu aroma daun pandannya sangat terasa.

Sampai saat ini jajanan kue putucangkiri masih memiliki daya saing yang luar biasa, hal ini terbukti hampir seluruh penjual putucangkiri memiliki omzet penjualan yang laris manis, hal ini disebabkan bahwa masyarakat tua muda sangat menyukai jenis kue putucangkiri, bukan Cuma itu bahkan menjadi oleh oleh yang tersebar keseluruh pelosok nusantara dan menjadi jamuan khas hotel dan tamu tamu resmi pemerintah, swasta. Jika berbisnis kue, tentu saja harus dapat memanjakan para pencinta makanan dengan cita rasa yang khas. Karena mereka yang akan menjadi pemasar ulung dengan mengungkap rasa khas dari produk Anda kepada setiap orang yang ditemuinya. Para konsumen akan berkomentar tentang apa saja mengenai rasa dan tampilan produk anda dan mengatakan hal-hal yang positif tentang produk yang anda buat. Itulah hal yang terpenting yang harus diperhatikan. Bicara tentang rasa, meskipun bahan baku naik ataupun langka, jangan sekali-kali merubah cita rasa produk, karena jika berubah, maka anda akan membutuhkan waktu lama lagi untuk mengedukasi para pelanggan untuk menikmati kue-kue yang Anda buat.

1. Keuntungan Berbisnis Kue

Mencari peluang bisnis yang tepat dan memiliki peluang sukses lebih besar memang tidak mudah. Setiap jenis bisnis memiliki relatifitas sendiri-sendiri. Ada orang yang sukses berbisnis catering dan resto, menjadi distributor produk sembako, hingga menekuni bisnis kue.

Para pengusaha yang telah sukses banyak memberikan beberapa pandangan tentang jenis bisnis yang digeluti oleh seseorang. Beberapa dari mereka banyak yang menyebut, sukses bukan ditentukan oleh jenis usahanya namun sejauh mana seseorang menggeluti bisnis tersebut. Maka tidak heran banyak orang yang sukses mendirikan restaurant tetapi banyak juga yang terpuruk karenanya. Berbisnis kue tentu sangat menjanjikan. Beberapa orang yang menjalani usaha ini akan mengalami suka duka dalam merintis usahanya. Mulai dari pasar yang luas, permintaan yang terus tak pernah putus, hingga kebanjiran order seperti menjelang hari raya, liburan atau tahun baru.

2. Strategi berbisnis kue jajanan tradisional

Tips seputar kiat sukses dalam berbisnis kue agar usaha maju dan terus berkembang.

- Konsisten dan terus membangun cita rasa yang enak dan unik
- Selalu menjaga kualitas, meskipun harga bahan baku seringkali fluktuatif karena sering naik dan turun.
- Menciptakan packaging/kemasan dan saluran pemasaran yang tepat

Ketiga cara ini cukup banyak diminati oleh para pengusaha kue yang telah eksis di segala zaman. Jika mereka ditanya omzet, tentu tak sedikit keuntungan yang diterimanya. Dalam berbisnis kue kering maupun kue basah pun dapat menghasilkan omzet yang jutaan rupiah. Bahkan bisnis kue juga bisa menjadi industry dalam skala kecil atau besar dan keuntungannya juga sangat menggiurkan. Umumnya omzet kue akan melejit ketika akan menjelang lebaran. Kue-kue yang laris diburu pelanggan seperti kue kering hantaran, kue yang dikemas dalam toples-toples plastik yang enteng untuk dibawa sebagai oleh-oleh. Itu semua merupakan produk yang laris manis saat ini. Jika dahulu bisnis kue hanyalah merupakan bisnis sambilan, kini orang sudah mulai

menyadari bahwa bisnis kue adalah peluang bisnis besar yang sangat menggiurkan dengan omset miliaran rupiah. Apalagi bisnis kue juga selalu memerlukan teknologi dan inovasi dalam berbagai penyajian dan cara pemasaran.

3. Menghadapi Persaingan Bisnis

Dalam berbisnis salah satu tantangan yang harus dihadapi adalah munculnya pesaing dalam bisnis serupa. Dalam menjalankan bisnis, adanya persaingan pasar memang bukan hal yang baru. Semakin maraknya pertumbuhan saat ini, ternyata berhasil menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat. Keadaan ini tentu saja memaksa para pengusaha untuk menggunakan berbagai cara dalam strategi pemasaran. Beberapa cara yang dapat dilakukan agar dapat menghadapi persaingan bisnis antara lain:

a. Konsep dan Perencanaan Matang

Untuk menentukan konsep dalam berbisnis, ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain, selera minat terhadap masyarakat, karakteristik atau gaya hidup masyarakat, daya beli, sumber bahan baku, hingga adanya bisnis sejenis. Pertimbangan ini akan membantu untuk menentukan sukses atau tidaknya bisnis yang dilakukan. Selain itu adanya konsep bisnis yang matang akan membantu untuk membuat perencanaan bisnis yang juga matang. Dalam berbisnis tak bisa asal-asalan. Anda mempertaruhkan investasi yang cukup banyak. Jika perencanaan tak matang, semuanya akan sia-sia dan rugi besar. Oleh karena itu dalam perencanaan yang matang, perlu dibuat business plan.

b. Evaluasi dan Inovasi

Dengan persaingan akan membuat anda jadi lebih inovatif untuk menciptakan sebuah nilai tambah dalam produk yang dijual. Inovasi yang dilakukan dalam berbagai sisi akan menarik pelanggan untuk melirik produk anda dibanding pesaing. Selain itu, dalam menjalankan bisnis, sebuah evaluasi terhadap kekurangan dan nilai lebih dalam berbisnis juga diperlukan untuk semakin memajukan bisnis yang dilakukan.

c. Perluas Jaringan Pasar

Ketika menghadapi pesaing bisnis, salah satu cara yang bisa digunakan adalah dengan memperluas pasar produk. Jika awalnya hanya menjual varian minuman, tak ada salahnya untuk menambah dengan membuat varian menu cake yang bisa dinikmati oleh semua kalangan. Perluasan pangsa pasar ini juga akan menambah pendapatan dan memberi nilai tambah pada pelanggan.

d. Standarisasi dan Sistem

Standarisasi sangat perlu dilakukan agar para konsumen tidak kecewa ketika membeli produk anda standarisasi resep berfungsi untuk menghasilkan rasa yang seragam di semua cabangnya. Setelah usaha mulai berjalan, maka buatlah system usaha yang stabil dan kuat. Setelah pondasi usaha dirasa kuat, maka lakukan perluasan pasar dengan berbagai sistem usaha yang diinginkan, misalnya membuka cabang, sampai franchise. Dengan system usaha yang kuat dan konsisten akan menjadi nilai positif bagi para investor yang tertarik berbisnis dengan anda.

F. KESIMPULAN

Jajanan kue tradisional putucangkiri memiliki cita rasa tersendiri yang sangat disukai lidah masyarakat Sulawesi selatan khususnya dan masyarakat diluar Sulawesi umumnya, selain itu bentuk dan warnanya juga telah mengalami variasi, walaupun demikian keaslian dan kemurnian dari makanan jajanan tradisional kue putucangkiri yang tidak menggunakan pengawet dan pewarna yang membuat kue laris manis tak kenal musim, sehingga sampai hari ini sering disungguhkan pada acara jamuan resmi swasta, pemerintah, menyambut tamu tamu nasional dan internasional

REFERENSI

- Daulay, Harmona. 2006. Pemberdayaan Perempuan: Studi Kasus Pedagang Jamu di Gedung Johor Medan. *Jurnal Harmoni Sosial*, Volume I Nomor I, September 2006.
- Martono, Nanang. 2011. Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern,

Posmodern, dan Poskolonial. Rajawali Press: Jakarta.

Muttalib, Jang A. 1993. Menggunakan Kerangka Pemampuan Wanita, dalam Moeljarto Tjokrowinoto, dkk. Bahan Pelatihan Jender dan Pembangunan. Kantor Menteri Negara UPW.

Novian, Budhy. 2010. Sekilas Tenang Pemberdayaan Perempuan. Artikel Sanggar Kegiatan Belajar Kota Pangkalpinang, Kepulauan Bangka Belitung.

Tan, Mely G. 1995. Perempuan dan Pemberdayaan. Makalah dalam Kongres Ikatan Sosiologi Indonesia (ISI). Ujung Pandang

Hernita Sahban, 2015. Menembus Badai UMKM, SAH Media, Volume 1 Nomor 1, Desember 2015. Makassar