



---

## Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Produk Makaroni Goreng (Cinlok)

Ayu Azizah<sup>1, 3</sup>, Faruq Lamusa<sup>2</sup>, Harnida Waahyuni<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Email : [ayuazizah1506@gmail.com](mailto:ayuazizah1506@gmail.com)<sup>1</sup>, [lamusafaruq@gmail.com](mailto:lamusafaruq@gmail.com)<sup>2</sup>

### *Abstract*

*Entrepreneurship is said to be very important because it can increase economic growth in general in a country. The role of entrepreneurship in economic development includes more than just increasing output and income per capita, it also includes initiatives and determination of changes in the structure of business and society (Hisriich et al., 2008. CINLOK is a snack made from bantet macaroni, which is in the form of such as small bent pipes which are then fried and seasoned with various flavors such as balado, sweet and spicy balado, roasted corn, sweet corn, cheese, spicy lime leaves, and extra hot CINLOK was founded on October 30 2020, but had was halted due to the Covid-19 outbreak and restarted while participating in the independent entrepreneurial MBKM program on August 29 2022. marketing strategy is of course mandatory for a business to increase sales. CINLOK has several marketing strategies developed in order to attract consumers and increase sales.*

**Keywords :** *Development, marketing strategy*

### Abstrak

Kewirausahaan dikatakan sangat penting karena dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara umum disuatu Negara. Peran kewirausahaan dalam pengembangan ekonomi meliputi lebih dari sekedar peningkatan *output* dan pendapatan per kapita, didalam juga mencakup prakarsa dan penetapan perubahan dalam struktur bisnis dan masyarakat (Hisriich et al.,2008. CINLOK adalah salah satu cemilan yang dibuat dari makaroni jenis bantet yaitu yang berbentuk seperti pipa kecil yang bengkok kemudian di goreng dan di beri bumbu tabur dengan berbagai varian rasa seperti balado, balado pedas manis, jagung bakar, jagung manis, keju, daun jeruk pedas, dan extra hot . CINLOK berdiri sejak tanggal 30 oktober 2020, namun sempat terhenti akibat wabah Covid-19 dan dimulai kembali pada saat mengikuti program MBKM wirausaha mandiri pada tanggal 29 agustus 2022. Strategi pemasaran tentunya menjadi hal wajib bagi suatu usaha untuk meningkatkan penjualan. CINLOK memiliki beberapa strategi pemasaran yang dikembangkan guna untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan.

**Kata kunci :** Pengembangan, strategi pemasaran

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship* yang sebenarnya berasal dari kata *entrepreneur* yang artinya suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup (Soemahamidjaja dalam Daryono dan Cahyono, 2013).

Hingga saat ini popularitas makanan ringan semakin meningkat di pasar kuliner Indonesia . Sangat banyak berbagai macam makanan ringan atau cemilan menarik dan dan memiliki rasa yang lezat . Semakin banyak pula mahasiswa muda yang memiliki usaha sendiri . Mereka didukung oleh kemajuan teknologi dan kemudahan mendapat informasi. Menurut Praag (2003), semakin muda usia pebisnis, maka semakin besar peluang untuk sukses dalam suatu usaha yang dijalankannya. Berwirausaha merupakan suatu hal yang sangat perlu dilakukan oleh masyarakat indonesia saat ini. Berwirausaha dapat menjadi solusi atas masalah pengangguran dan kemiskinan yang angkanya masih tinggi di negara kita. Pada tahun 2016 tercatat jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 28,01 juta jiwa atau 10,86% dari seluruh penduduk Indonesia. (BPS, 2016). Sedangkan pengangguran pada tahun 2016 berjumlah 7,02 juta orang atau 5,5% dari seluruh warga negara Indonesia.

Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI) No. 01-3777-1995. Pasta (makaroni) merupakan bahan makanan yang dibuat dari campuran tepung terigu dan bahan tambahan makanan lain yang dicetak ke dalam berbagai bentuk dan di keringkan dengan atau tanpa bahan tambahan makanan.

Usaha yang kami dirikan ini merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan makanan ringan berupa makaroni goreng. Makaroni ini dihadirkan dengan berbagai varian rasa yaitu original, balado pedas, balado pedas manis, jagung bakar, jagung manis, keju, daun jeruk pedas, dan extra hot. Usaha CinLok atau makaroni goreng ini muncul ketika kita mengetahui anak zaman sekarang menyukai makanan ringan dan mempunyai kebiasaan ngemil.

Salah satu penentu minat konsumen terhadap makanan yang ingin dibeli adalah keunikan dan desain kemasan yang menarik. Kemasan digunakan perusahaan untuk menampakan produk yang mereka buat agar tampilan lebih menarik dari segi bentuk, warna, dan apa yang dipaparkan dalam kemasan , sehingga produk dapat terjaga kualitasnya (Susetyarsi, 2012).

CinLok menggunakan kemasan *standing pouch* karena posisinya bisa berdiri tegak dengan desain yang unik maka ketika diletakkan dirak pajangan akan terlihat rapih dan menarik minat

konsumen untuk membelinya, dan pada kemasan *standing pouch* terdapat fitur *zipper lock* membuat kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali. Desain kemasan seperti ini lebih praktis buat konsumen dan disukai karena isi dalam kemasan lebih awet.

## **IDENTIFIKASI MASALAH**

1. Persaingan bisnis dalam industri makanan ringan semakin ketat, termasuk produk makaroni goreng
2. Persaingan harga dan varian rasa antar sesama pengusaha cemilan macaroni

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan untuk melakukan pengembangan strategi pemasaran pada produk makaroni goreng (CINLOK) yaitu :

1. Melakukan diskusi bersama kelompok wirausaha CINLOK mengenai pengembangan strategi pemasaran yang akan dikembangkan.
2. Menerapkan strategi pemasaran.
3. Evaluasi, yaitu kita melihat hasil penjualan CINLOK apakah dengan adanya pengembangan strategi pemasaran berpengaruh terhadap penjualan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Menggunakan kemasan produk yang menarik**

Cinlok menggunakan kemasan *standing pouch* karena posisinya bisa berdiri tegak dengan desain yang unik, dan ketika di letakan pada rak pajangan akan terlihat rapi dan dapat menarik minat konsumen untuk membelinya. Dan pada kemasan *standing pouch* terdapat fitur *zipper lock* membuat kemasan mudah dibuka dan ditutup kembali. Desain kemasan seperti ini lebih praktis buat konsumen dan disukai karena isi kemasan lebih awet.

### **Membuat foto produk yang unik**

CinLok mendapatkan foto produk yang unik pada saat mengikuti *workshop* wirausaha mandiri dengan tema “belajar *digital marketing* mulai dari mana ? “ yang di laksanakan MBKM FEB UNTAD pada hari selasa, 15 November 2022.

### **Promosi melalui media social**

Pada zaman sekarang hampir semua menggunakan sosil media maka kami mememanfaatkannya yaitu dengan mengadakan promosi melalui media sosial dengan menggunakan foto yang menarik yang telah kami dapatkan dari kegiatan tersebut. CinLok sendiri mempunyai media sosial mulai dari *Whatsapp* , *Facebook*, dan *instagram*..

### **Buat promosi yang unik dan menarik**

Promosi yang unik dan menarik kita lakukan dengan menggunakan kata-kata yang unik contohnya pada kemasan CinLok terdapat kata NARASA BANGET LOOHH menjadikan komsumen penasaran dengan cita rasanya dan akhirnya melakukan pembelian.

### **Merekrut *reseller* diberbagai daerah**

Bagi pemilik sebuah bisnis atau *brand*, memiliki *reseller* adalah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan. Tak hanya itu, dengan adanya *reseller*, pemilik *brand* dapat memperluas pasar mereka tanpa harus bekerja terlalu keras. Hasilnya, keuntungan pun akan bertambah berkali-kali lipat. Cinlok sendiri memiliki 10 reseller diberbagai daerah.

### **Berjualan di CFD (*Car Free Day*)**

Salah satu strategi pemasaran yang CinLok lakukan yaitu dengan berjualan di CFD setiap hari minggu pagi dengan membuka *stand* jualan dan turun langsung menawarkan produk ke pengunjung. .

### **Mengadakan kemasan ekonomis**

Kita mengadakan kemasan ekonomis yaitu setelah kita lihat target kita mulai dari anak-anak mungkin kemasan 100g masih mahal pada kalangan anak –anak maka kita membuat dengan berat 30g dengan harga Rp 2000.

### **Menitip produk di kios dan kantin sekolah**

Melihat dari target pasar, kami juga melakukan starategi pemasaran dengan menitipkan produk CINLOK ke kios dan juga kantin sekolah untuk meningkatkan *volume* penjualan .

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pengembangan strategi pemasaran yang kembangkan pada cemilan macaroni goreng (CINLOK) dapat meningkatkan penjualan, adapun pengembangan strategi pemesaran cemilan macaroni goreng yang dikembangkan yaitu menggunakan kemasan produk yang menarik, membuat foto produk yang

unik, promosi melalui sosial media, Buat promosi yang unik dan menarik, Merekrut *reseller* diberbagai daerah, Berjualan di CFD (*Car Free Day*), Mengadakan kemasan ekonomis, Menitip produk di kios dan kantin sekolah.

## UCAPAN TERIMA KASI

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan artikel ilmiah ini dilakukan untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako.

Saya memahami bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akan cukup sulit untuk menyelesaikan artikel ilmiah ini. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua mahasiswa yang telah memberikan doa dan semangat diri
2. Panitia Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Bapak Prof.Dr.Ir.Mahfuqz,MP selaku Rektor Universitas Tadulako
4. Bapak Dr.Muh. Iqbal A.,SE.,M.Si.,AK.,CA, selaku dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis
5. Bapak Dr.Maskuri Sutomo,SE.,M.SI selaku ketua jurusan manajemen
6. Bapak faruq Lamusa SE.,M.M selaku dosen pembimbing
7. Ibu Harnida Wahyuni Adda,SE.,MA.,P.hD selaku Koordinator Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako
8. Ibu Dr.Juliana Kadang, SE.,MM selaku ketua MBKM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako
9. Semua pihak Univesitas Tadulako yang telah memberikan dukungan terhadap mahasiswa dalam mengikuti kegiatan MBKM Wirausaha Mandiri
10. Teman-teman dan kelompok wirausaha mandiri yang selalu memberikan support selama mengikuti kegiatan.

## **REFERENSI**

- Candana, D. M., & Afuan, M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Cafe Dapoer Enha Sago Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Matriks Swot dan QSPM. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(1), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Hermawan, H. (2017). Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis Swot. *Pariwisata*, IV(2), 64–74. Diambil dari <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp>
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., & Nugroho, D. W. P. S. (2021). Analisis Startegi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 76–82.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Ling, A. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Deskriptif Pada Rumah Makan Palem Asri Surabaya). *Agora*, 1(1), 1–8.