

BAB II

IDENTIFIKASI DATA

A. Sejarah

Warga desa Sempol, kecamatan Pajak kabupaten Malang, pergi ke kota Malang untuk menjual cilok. Sampai pada akhirnya seseorang berpikir untuk membuat jajanan yang unik, berbekal ide cilok yang dikepal lalu dicelup adonan telur lalu digoreng dan dicelup dengan sambal biasa. Sampai akhirnya seseorang tersebut membawa jajanan dari ide tersebut ke kota Malang. Saat itu memang belum ada jajanan serupa di kota Malang. Bahkan seseorang tersebut cukup kesusahan untuk memasarkannya, jarang ada yang tertarik. Nama sempol juga hanya sekedar keisengan.

Tak kehilangan akal, dengan memanfaatkan keramaian demam anak remaja pada Korea dengan mengubah nama sempol menjadi pentol Korea. Dengan nama tersebut banyak yang kemudian membeli bahkan berlangganan. Namun karena nama sempol yang terlebih dahulu dipasarkan, masyarakat pun lebih mengenalnya dengan nama sempol.

Awal mula usaha Sempol Lunglay di Karangpandan dimulai sejak 2 Juli 2018, yang didirikan oleh Oktavia. Sebelum lulus kuliah owner sudah punya planning untuk buka usaha kuliner. Setelah owner wisuda pada Mei 2018 owner langsung fokus untuk merealisasikan planning nya untuk membuka usaha kuliner. Konsep kuliner disesuaikan

dengan sasaran pasar masyarakat Karangpandan yang masih price minded (murah dan enak).

Akhirnya owner memutuskan untuk membuka stand telur gulung dalam pertama merintis usahanya namun setelah owner menambahkan menu sempol justru para pelanggan lebih sering membeli sempolnya kemudian sempol menjadi menu andalan di Lunglay hingga saat ini. Untuk namanya sendiri lunglay berasal dari kata Lung yang berarti gulung dan Lay yang berarti alay karena ownernya terkenal hyper aktif maka banyak yang menyebutnya alay.

B. Produksi

Proses produksi sempol termasuk dalam makanan kering karena ada proses menggoreng didalam pembuatannya. Dalam pembuatannya menggunakan bahan baku diantaranya tepung terigu, tepung tapioka, lada bubuk, ayam, garam, telur, gula pasir, penyedap rasa, cabai, saus dan bahan lainnya. Bahan baku pembuatan sempol bisa ditemui di toko, pasar atau supermarket terdekat. Berikut komposisi bahan pembuatan sempol. Bahan 1: 1kg tepung tapioka, 1kg ayam filet, 500gr tepung terigu. Bahan 2: 500ml air (bias kurang bisa lebih, secukupnya) Bahan 3: 10 sdt garam, 10 sdt gula, 10 siung bawang merah, 20 siung bawang putih, 5sachet royco ayam, 4 telur ayam, 5 sdt lada bubuk. Untuk harganya Sempol per pack Rp. 5000,00 untuk 10 biji sempol dan Rp. 10.000,00 untuk 20 biji sempol dan juga menyediakan sempol frozen dengan harga per pack Rp. 20.000 – 25.000,00.



Gambar 2. Foto sempol saat produksi (Mulyo Riyanto, 2020)

C. Target Market

Karena banyaknya pesaing yang mulai bermunculan membuat olahan yang sama ingin menawarkan produk yang sama kepada konsumen, maka pemasaran merupakan salah satu masalah yang dihadapi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualannya. Sehingga penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui target market.

Target market dari Sempol Lunglay dikelompokkan menjadi 4 kelompok yaitu:

a. Geografis

Daerah yang menjadi sasaran produk Sempol Lunglay yaitu daerah Karangpandan, Matesih dan Karanganyar.

b. Demografis

Menurut Demografis Sempol Lunglay digolongkan sebagai berikut:

- Umur : 12 - 25 tahun
- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Latar Belakang Pendidikan : Semua latar pendidikan
- Sosial Ekonomi : Menengah kebawah

c. Psikografis

Target market menurut psikografis adalah orang-orang yang menginginkan jajanan atau camilan yang enak, berkualitas dan dengan harga yang terjangkau.

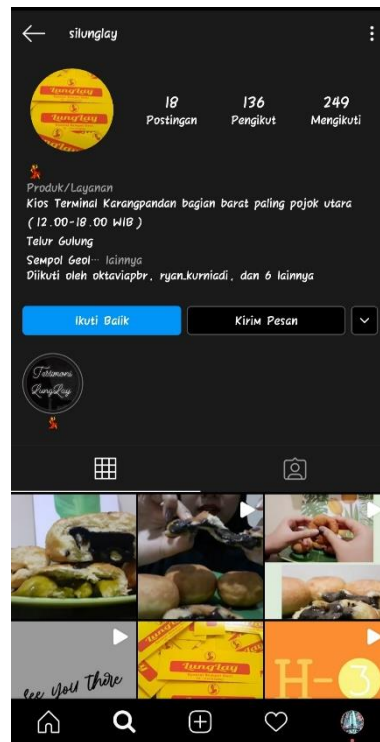
d. Behaviour

Manfaat yang dicari makanan ringan atau jajanan yang enak, murah dan berkualitas.

- Status Kesetian : Berkala
- Status Pemakai : Pelanggan tetap dan tidak tetap
- Kesempatan penggunaan : Pada setiap waktu

D. Promosi Yang Sudah Dilakukan

Sampai saat ini Sempol Lunglay baru melakukan promosi di media sosial Instagram dan sponsor dalam sebuah tim futsal yang mencantumkan namanya pada jersey tim futsal. Minimnya media promosi yang dilakukan membuat produknya kurang banyak dikenal masyarakat. Oleh karena itu kemasan bisa menjadi salah satu media promosi yang bisa menarik konsumen jika kemasan memiliki desain yang menarik dan akan menambah minat beli konsumen.



Gambar 3. Foto instagram Sempol Lungray (Mulyo Riyanto, 2020)



Gambar 4. Foto promosi di jersey tim futsal (Mulyo Riyanto, 2020)

E. Analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Identifikasi data perancangan ini menggunakan analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Penjabaran dari analisa SWOT sebagai berikut :

	Sempol Lunglay	Solop Pak Ben	Bakso Goreng Mentari
Strenght/Kekuatan	- Harganya terjangkau. -Bisa di frozen	-Sudah berdiri sejak lama -Sudah lebih dikenal -Tempat strategis	-Tempat strategis -Porsinya lebih besar
Weakness/Kelemahan	-Tempatnya tidak strategis -Lahan parkir minim -Kemasan hanya mika	-Lahan parkir minim -Tidak memiliki kemasn	-Hanya buka malam hari -tidak memiliki kemasn
Opportunity/Kesempatan	-Sudah memiliki pelanggan tetap (selalu ramai)	-Sudah lebih lama berjualan (pelopor solop)	-Disekitarnya jarang yang berjualan bakso goreng umumnya bakso bakar
Threats	-Banyak perusahaan lain yang sudah lebih lama berdiri	-Banyak pesaing yang menawarkan olahan solop yang sama	-Konsumen didaerah lebih banyak yang berminat ke baklso bakar (pesaing)