



KLIPING MEDIA CETAK

UNIVERSITAS NEGERI MALANG

Kenali Kekuatan Jasa Boga

NURI RISKIAN

Mahasiswa Sastra Indonesia
Universitas Negeri Malang
Nuririskian1@gmail.com



MEMILIKI usaha boga, tetapi sulit memasarkan? Masalah itu dijawab pada pelatihan yang diadakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Kemenparekraf mengadakan "Pelatihan Pemasaran Jasa Boga Jilid II".

Kegiatan yang dilaksanakan mulai 8-13 Oktober 2020 itu menyasar masyarakat yang terkena imbas pandemi untuk meningkatkan kemampuan dalam memasarkan produk makanannya. Peserta pelatihan mencapai 200 pemilik dan pegawai usaha jasa boga di seluruh Indonesia.

Pelatihan diadakan via zoom meting ini selain kegiatan daring asinkron juga diadakan praktikum dan penugasan untuk melihat perkembangan peserta pelatihan. Salah satu sesi pelatihannya yaitu mengembangkan strategi pemasaran usaha jasa boga.

Strategi yang efektif bisa diterapkan agar usaha kuliner peserta dapat berkembang dan memberikan nilai tambah dalam menghadapi persaingan usaha. Beberapa hal yang perlu menjadi perhatian dari pelaku usaha jasa boga memerlukan adanya perencanaan bisnis yang baik, analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) yang terukur, serta pemasaran produk yang brilian.

Hal pertama yang perlu diperhatikan adalah perencanaan bisnis yang memiliki beberapa hal, yaitu desain kemasan dan branding merek, standarisasi produk, membuat daftar menu, perencanaan sumber daya manusia, dan perencanaan kapasitas produksi yang maksimal.

Selain itu, diperlukan analisis SWOT. Membuat analisis yang baik diperlukan untuk melihat tantangan dari produk

ke depannya selama mengembangkan sebuah produk jasa boga.

Hal ini demi keberlangsungan dan kemajuan produk yang dipasarkan. Juga untuk melihat kemampuan pesaing dalam memasarkan produk sejenis agar produk yang peserta pasarkan dapat terserap dengan baik.

Ike Ratna Wilis salah satu peserta pelatihan yang berasal dari Jombang menuturkan pengalamannya. "Usaha makanan saya saat ini sedang mengalami kelesuan akibat dampak dari wabah ini. Namun, sebagai pengusaha muda di tengah kesulitan yang melanda, saya ingin untuk berusaha sebaik mungkin mencari ilmu untuk mengembangkan usaha saya ke depannya. Jadi, ketika pandemi ini berakhir saya ingin bangkit dan mengembangkan usaha lebih maju daripada sebelumnya," ujarnya.

Terakhir yang perlu diperhatikan dalam pemasaran produk adalah memiliki strategi pemasaran yang baik dengan memilih media promosi yang pas penting dalam sebuah bisnis. Adanya strategi itu akan membantu produk atau jasa yang ditawarkan dapat dipromosikan secara efektif kepada target pasar yang tepat serta mempermudah orang menjalin komunikasi dengan konsumen.

Kegiatan yang dilaksanakan mulai 8-13 Oktober 2020 itu menyasar masyarakat yang terkena imbas pandemi untuk meningkatkan kemampuan dalam memasarkan produk makanannya.