

Penyuluhan Strategi Manajemen Pemasaran Pada Piscok Meler (Studi kasus di Jln. Dempo Raya Simpang Lampu Merah Dehasen Kota Bengkulu)

¹⁾Aisyah Putri Utami ; ²⁾ Rina Trisna Yanti

Email: ¹ aisyahputriutami17@gmail.com ²⁾ rinaTrisna@rolketmal.com

ARTICLE HISTORY

Received [08 Agustus 2023]
Revised [20 September 2023]
Accepted [26 September 2023]

KEYWORDS

Strategy , Marketing
Management , Piscok
Meler

This is an open access
article under the [CC-
BY-SA license](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



ABSTRAK

Usaha Piscok Meler harus memiliki daya saing yang kuat agar usaha tetap bertahan. Dari Penyuluhan Manajemen Strategi Piscok meler menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berupa kata penelitian atau lisan dari owner dan perilaku dapat amat. Dari tanggapan owner nya langsung terkendala dengan bahan yang sulit di cari.

ABSTRACT

The Piscok Meler business must have strong competitiveness so that the business can survive. From Counseling on Strategy Management Piscok Meler uses descriptive qualitative methods in the form of research or verbal words from the owner and behavior can be very significant. From the owner's response, it was immediately constrained by ingredients that were difficult to find.

PENDAHULUAN

Strategi manajemen Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap suatu bisnis atau usaha. Maka tidak heran jika setiap perusahaan melakukan berbagai macam strategi pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualannya. Dengan meningkatkan volume penjualan tersebut, maka perusahaan juga akan mendapat laba yang di inginkan. Semakin baik strategi pemasaran yang di gunakan perusahaan tersebut maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk memperluas pangsa pasar.

Strategi mamajemen pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh kotler dan Armstrong (2008; 62) dalam bauran pemasaran setidaknya ada 4 (empat) cara yang harus di lakukan oleh setiap pelaku usaha yang ingin menjadi pemenang pasar, ke empat cara tersebut ialah produk dengan kualitas baik (product), harga bersaing di pasaran (price), promosi penjualan (promotion) dan yang terakhir adalah tempat atau saluran distribusi yang baik (place)

Perkembangan dunia usaha pada saat ini meunjukkan adanya gejala persaingan yang semakin meningkat kearah penguasaan pasar secara luas. Perusahaan besar maupun kecil, saling bersaing dan berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha supaya perusahaan dapat menjual produk sebanyak-banyaknya pada konsumen yang membutuhkan. Untuk itu perusahaan harus mendapat pasar yang luas dengan metode strategi pemasaran yang telah di kuasai dengan baik.

Harga (price) salah satu indicator yang sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian konsumen. Produk (product) masalah produk turut mempengaruhi persepsi konsumen dalam memilih tempat belanja adalah aspek kuantitas dan kualitas produk. Aspek kuantitas berhubungan dengan kelengkapan dan keberagaman produk. Sedangkan Aspek kualitas barang berhubungan erat dengan pola manajemen produk dalam bisnis ritel.

METODE

Metode yang di lakukan pada saat melakukan pengabdian masyarakat menggunakan metode kualitatif deskriptif yang berupa kata penelitian atau lisan dari orang orang dan perilaku yang dapat di amati. Adapun metode ini yaitu :

- 1) Melakukan survei terlebih dahulu sebelum melakukan pengabdian masyarakat yang akan di tuju.
- 2) Menetapkan jadwal untuk melaksanakan Pengabdian masyarakat di Piscok meler kota Bengkulu.
- 3) Kemudian melakukan Pengabdian masyarakat, pengabdian masyakat mengenai tentang kendala dalam pembuatan dan kendalah dalam penjualan, kemudian strategi dalam penjualan dan kapan berdi nya usaha tersebut.

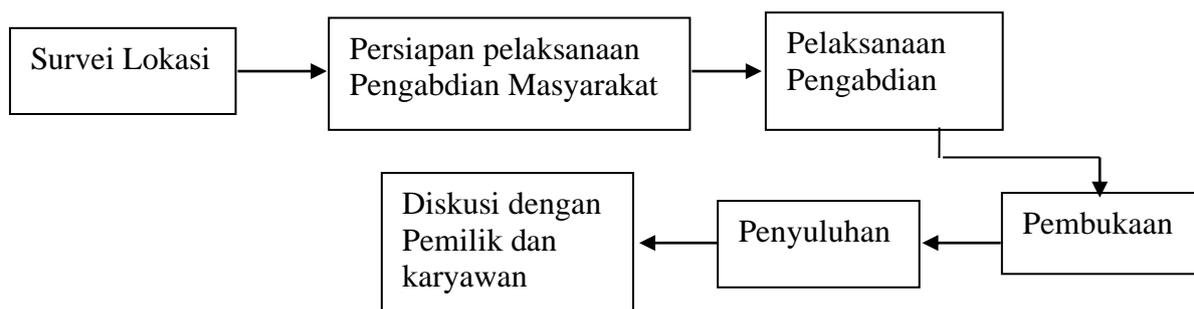


Diagram 1. Alur Aktivitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Kegiatan pengabdian masyarakat yang di laksanakan di Studi kasus di Jln. Dempo Raya simpang lampu merah Dehasen Kota Bengkulu.

Hasil yang di harapkan setelah melakukan pengabdian masyarakat ini

- 1) Strategi Segmentasi pasar (segmentation) yaitu langkah pertama yang dilakukan oleh piscok meler adalah mensegmentasi pasar. Segmentasi pasar terfokus pada konsumen dari suatu organisasi, institusi, maupun kumunitas.
- 2) Strategi penentuan pasar sasaran(Targeting), dalam meningkatkan pendapatan penjualan, pasti dilakukan penyesuaian pada pasar sasaran, agar penjualan menjadi tepat sasaran.
- 3) Bauran pemasaran Piscok meler (Marketing Mix) yaitu keberhasilannya dalam menentukan produk yang tepat, harga yang layak, serta promosi yang efektif

Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat yaitu :

1. Penyuluhan pembuatan Piscok meler



Gambar 1. Penyuluhan Pembuatan Piscok meler

2. Diskusi tanya jawab yang di lakukan kepada masyarakat

Hasil tanya jawab tentang manajemen usaha kecil dan menengah :

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Pertanyaan dari mahasiswa kepada owner piscok meler : Bahan dan Cara dalam pembuatan piscok meler ?	<p>Bahan Pembuatan Piscok Meler</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan yang utama yaitu pisang 2. Coklat 3. Kulit Lumpiah 4. Minyak 5. Bahan perekat <p>Cara pembuatan piscok meler :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potong pisang kepek menjadi 2 bagian

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Siapkan kulit lumpiah 3. Tata pisang di atas Kulit lumpiah setelah itu beri sedikit coklat 4. Oles bahan perekat di sisi kulit lumpiah, terus dengan rapi. 5. Goreng dalam minyak panas hingga keemasan .
2	<p>Pertanyaan dari mahasiswa kepada owner piscok meler :</p> <p>Kendala Dalam penjualan dan Pembuatan ?</p>	<p>Kendala dalam penjualan menurut owner Piscok meler yaitu Ketika Mahasiswa/Anak Sekolah Libur Omset penjualan Akan mengalami penurunan.</p> <p>Maka pembuatan piscok meler berkurang.</p> <p>Kendala dalam pembuatan menurut owner piscok meler yaitu Kesulitan dalam mencari bahan seperti pisang, kulit lumpiah, coklat.</p>
3.	<p>Pertanyaan dari mahasiswa kepada owner piscok meler :</p> <p>Strategi pemasaran dan cara promosi ?</p>	<p>Dalam Strategi pemasaran demi meningkatkan Pendapatan, pasti di lakukan pula penyesuaian pada pasaran Piscok meler. Hingga penjualan menjadi tepat sasaran.</p> <p>Promosi yang dilakukan di mulai dengan membuat merek yang mengasosiasikan keunggulan rasa, Kemudian melakukan promosi Melalui internet marketing (melalui website dan sosial media pribadi)</p>

Penyelesaian Masalah

Hasil dari pengabdian masyarakat di Jln. Dempo Raya simpang lampu merah Dehasen Kota tentang Penyuluhan manajemen strategi piscok meler tentunya mempunyai permasalahan yaitu terkendalanya bahan-bahan pembuatan piscok, sempitnya Lahan Parkiran, menurunnya Omset karena anak mahasiswa/siswa libur sekolah.

Penyelesaiannya :

Terkendalanya bahan-bahan pembuatan Piscok dapat di atasi dengan Menstok Bahan-bahan Pembuatan dengan Menyimpan Di dalam lemari Es, Terkendalanya Lahan Parkir dapat di di atasi dengan Parkir didepan toko atau di samping Penjualan piscok.



Agar tidak terjadinya penurunan omset penjualan pada saat libur nya mahasiswa/anak sekolah, penjualan piscook meler bisa dilakukan secara online atau bisa membuka order pembelian melalui media sosial, marchant graabfood atau di tambah service untuk pelanggan yang membeli secara online yaitu delivery order. Dengan adanya Delivery order atau grabfood omset penjualan piscook meler akan terus stabil meskipun Anak mahasiswa/sekolah libur

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari penyuluhan manajemen strategi pada piscook meler. Usaha piscook meler harus membutuhkan kesabaran dan keuletan dalam proses produksi, hal ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan memperoleh keuntungan yang maksimal. Selain itu, perlu strategi khusus dalam pemasran supaya lebih menarik konsumen di karenakan banyaknya pesaing yang juga menggeluti usaha Piscook meler.

Saran

Saran kami sebagai penulis untuk piscook Meler di harapkan dapat menerapkan program loyalitas pelanggan untuk menjaga kesinambungan antara produsen dan pelanggan, dan dapat mengembangkan produk-produk yang ada dengan kebutuhan masyarakat saat ini sehingga produk yang di hasilkan lebih inovatif dan mampu bersaing di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam pelaksanaan kegiatan saya dibantu oleh berbagi pihak, maka dari itu saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Universitas Dehasen Bengkulu
2. Ibu Rina Trisna Yanti. Selaku dosen pembimbing yang telah membimbing selama pelaksanaan pengabdian masyarakat
3. Ibu Yova Hartati. Selaku pemilik usaha Piscook Meler Kenzie dan kanza yang telah mengizinkan dan membimbing saya dalam melakukan pengabdian masyarakat
4. Ketua Program Studi Manajemen dan Digital Bisnis
5. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu

DAFTAR PUSTAKA

- A Soleh, A Arlina, S Suwarni, KC Susena, D Anggara - Jurnal Dehasen Untuk Negeri, 2022. Implementasi Digital Marketing Dalam Optimasi Potensi Industri Rumah Tangga Warga RT. 10 RW. 04 Kelurahan Padang Jati Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. Jurnal Dehasen Untuk Negeri. 1(1), 89–94
- Bestari. 2003. *Dasar-dasar pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta:Unit Penerbitan Fakultas Ekonomi (UPE)
- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan program pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Sukirman, 2017. *Analisis pengaruh kinerja karyawan terhadap pengembangan kewirausahaan usaha kecil jenang kudus di kabupaten kudus*, Kudus:Universitas Muria kudus

Susena, K. C., & Soleh, A. (2015). "OPAK IMUT" DAN "OPAK MINI" SEBAGAI SOLUSI PENINGKATAN MUTU PRODUK CASSAVA CHIPS DI DESA SIDODADI KECAMATAN PONDOK KELAPA KABUPATEN BENGKULU TENGAH. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu dan Teknologi Pertanian*, 2(2).