



Analisis Strategi Entrepreneurship Melalui Pemasaran Sempol Ayam "Arsan" Oleh Pendidikan Anak Usia Dini

Terza Travelancya DP¹, Muniroh², Latifah³, Tutik Fadiyah⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Pendidikan Anak Usia Dini, Fakultas tarbiyah

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong

Email : travelancya@gmail.com¹, ieroh083@gmail.com², latiefahlatiefah98@gmail.com³,
Tutikfadiyah@gmail.com⁴

Abstrak

Seni manajemen pemasaran ialah suatu tindakan terukur yang ditujukan buat mengetahui produk perusahaan pada rakyat luas. taktik pemasaran sangat penting dalam berbisnis, supaya pada berbisnis sudah sahah- sahah mampu memasarkan produk sinkron dengan sasaran penjualan, strategi pemasaran yang dilakukan akan mengakibatkan yang akan terjadi yg aporisma, yaitu memasarkan produk sesuai dengan produksi olahan serta keuntungan yang diinginkan. Penelitian dilaksanakan dirumah sekaligus kawasan produksi SEMPOL AYAM Perum sumber Taman indah blok AA-20 RT/RW lima/8 Kelurahan asal taman kecamatan sumberasih KAB. Probolinggo Jawa Timur. memakai metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan study literature. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yang di peroleh dari hasil wawancara yang dilaksanakan secara eksklusif. Kata Kunci: *Seni, Manajemen, Pemasaran, Sempol Ayam.*

Abstract

The art of marketing management is a measurable action aimed at knowing the company's products to the general public. Marketing strategy is very important in doing business, so that when doing business it is validly able to market products according to sales targets, the marketing strategy that is carried out will produce the optimal result, namely marketing products according to processed production and the desired profit. The research was carried out at home as well as in the SEMPOL CHICKEN production area. Probolinggo, East Java. using qualitative methods using a literature study approach. The data used in this study are primary data obtained from exclusive interviews.

Keywords: *Art, Management, Marketing, Chicken Sempol.*

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh usaha untuk mempertahankan kelangsungan usaha, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran usaha harus juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap usaha.

Secara definisi, Strategi Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan usaha. Pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup usaha. Tiga unsur konsep pemasaran Orientasi pada Konsumen: Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral, dan Kepuasan Konsumen.

Produk olahan sempol ayam "Arsan" merupakan produk yang banyak diproduksi oleh kalangan remaja, orang tua dan kalangan milenial. Nama produk sempol ayam sudah beragam, baik dari segi harga, segmen dan variasi olahan produknya. Produk sempol ayam sudah menjamur diberbagai tempat, baik di daerah perkotaan dan pedesaan. Hal ini perlu diantisipasi dengan penyediaan produk olahan yang baik dan terjangkau harganya serta semakin beraneka ragamnya selera konsumen yang menuntut adanya diversifikasi produk baik jenis maupun penyajiannya.

Penyediaan produk yang baik, tidak dapat berdiri sendiri kehandalan pemasaran yang baik, sangat diperlukan guna pencapaian target yang tepat dan cepat. Jika dapat dilakukan dengan tepat strategi pemasaran yang dilakukan akan membuahkan hasil yang maksimal, yaitu memasarkan produk sesuai dengan produksi olahan dan keuntungan yang diinginkan.

METODE

Metode penelitian usaha adalah cara ilmiah buat mendapatkan data yg valid menggunakan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan, sehingga di gilirannya dapat pada gunakan untuk tahu, memecahkan, dan mengantisipasi problem pada bidang usaha (Sugiyono, 2004). Penelitian dilaksanakan dirumah sekaligus tempat produksi SEMPOL AYAM Perum asal Taman indah blok AA-20 RT/RW 5/8 Kelurahan sumber taman kecamatan sumberasih KAB. Probolinggo Jawa Timur. memakai metode kualitatif menggunakan pendekatan study literature. Jenis data yang digunakan ialah data primer dengan pengambilan data yang dilakukan melalui wawancara secara eksklusif. yang akan terjadi serta

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sempol ayam ialah usaha yg direncanakan, dan terbentuk karena adanya pemikiran bahwasannya poly anak-anak sangat menyukainya. Jadi, usaha ini bukan hanya sekedar buat mencari keuntungan tetapi berbisnis yg sekaligus mengajak rakyat terutama anak-anak buat mengkonsumsi ikan. usaha UMKM ini didirikan tepatnya di bulan Agustus 2020 ketika virus Covid 19 merajalela sang bunda susanti , oleh sebab itu usaha ini di beri nama atau lebel "Arsan". pada beri nama atau lebel ini supaya produk mudah di kenal oleh masyarakat umum . Dari ibu susanti menggunakan adanya Covid-19 tidak mempunyai dampak secara signifikan terhadap harga penjualan, sebab sebelum pandemi pun penjualan online telah berjalan. pada masa pandemi, semakin banyak orang yg berjualan online sehingga persaingan usaha semakin ketat. Hal ini dianggap menjadi tantangan, tetapi tidak menyebabkan bunda susanti berfikir buat menutup usaha. Bahkan, ingin mengembangkan bisnis sampai lebih luas supaya dapat menyampaikan manfaat bagi orang poly. dan secara tidak pribadi bisa membuka lapangan pekerjaan bagi warga .

Strategi Pemasaran usaha Pengertian taktik pemasaran merupakan suatu tindakan terukur yang dimaksudkan untuk membuat mengenalkan produk perusahaan kepada rakyat luas. strategi pemasaran

merupakan perkumpulan dari beberapa langkah dalam berbisnis dan sudah digabungkan ke dalam tingkatan mengenalkan produk hingga membuat agar pelanggan melakukan pembelian. Tidak hanya sekedar menghasilkan pelanggan untuk memasukkan barang ke dalam keranjang belanja, taktik pemasaran pula memastikan pelanggan mengenali dengan baik jenis produk yang ditawarkan, untuk melakukan check out sehingga melakukan kembali aktivitas pembelian produk.

Berdasarkan Kurniawan (2020), yaitu secara logika pemasaran serta berdasarkan itu unit usaha yang diperlukan untuk memperoleh tujuan pemasarannya. seni manajemen pemasaran terdiri asal pengambilan keputusan wacana biaya pemasaran asal perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran.

Minat membeli merupakan suatu yang diinginkan yang ada dalam diri pembeli terhadap suatu produk menjadi akibat asal suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk. Berdasarkan Kotler & Keller (2013:137) minat membeli ialah perilaku konsumen yang ada dalam dirinya, dan menjadi respon terhadap objek yang menunjukkan asal pelanggan buat melakukan pembelian.

Produk artinya banyak sekali barang atau jasa yang dirancang serta ditambah gunanya atau nilainya pada proses produksi serta menjadi akibat akhir dari proses produksi itu. dari Philip Kotler produk sebagai sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi oleh konsumen sehingga dapat memuaskan harapan dan kebutuhan termasuk didalamnya fisik, jasa, orang, tempat organisasi serta gagasan. Berdasarkan Kotler dan Armstrong produk ialah seluruh yang ditawarkan didalam pasar buat menerima perhatian, pada penggunaan, dibeli serta bisa memuaskan hasrat atau kebutuhan konsumen.

SIMPULAN

Setiap usaha yang sempurna pasti memiliki seni manajemen masing-masing supaya bisa tetap bertahan. Pemilik usaha penjualan harus mampu menjadikan peluang buat terus menampilkan sesuatu yang baru dan berkreasi, hingga dalam menjalankan sebuah perjuangan itu tidak terlalu monoton. Setiap orang yang berjuang harus bisa menggunakan media sosial yang dimilikinya supaya dapat bekerja secara maksimal. Dan dapat memperluas jaringan dan dapat menjalankan sistem pemasarannya pula, dan sangat penting dalam menjalankan usahanya, agar dapat mempermudah dalam mendistribusikan barang. Baik dengan cara membuka peluang untuk mencari reseller atau membuka cabang toko. Semakin banyak jumlah reseller serta cabang toko yang dimiliki, maka akan semakin cepat pula produk untuk dikenal oleh orang banyak, dan juga semakin cepat produk untuk terjual.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://m.merdeka.com/jabar/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-berikut-strategi-dan-fungsinya-kln.html?page=3>
- <http://repository.wbi.ac.id/bitstream/handle/123456789/101/5%20Chapter%20II.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- <http://repository.unmuha.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/863/09.%20Bab%20II.pdf?sequence=9&isAllowed=y>
- <https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-produk-menurut-para-ahli/>
- <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/267/247>