

Penerapan Marketing Mix pada Bisnis Banana Pizza di Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong

Implementation of Marketing Mix in the Banana Pizza Business in Klamalu Village Sorong Regency

Aprisa Rian Histiari¹, Marsella C. Triwahyuni², Susetyowati Sofia³, Digor Mufti⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sorong, Indonesia
e-mail: ¹prisanabil89@gmail.com, ²triwahyunimarcella@gmail.com, ³susetyowati.sofia@gmail.com, ⁴widyadigormufti27@gmail.com

Abstrak

Program mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk meningkatkan keahlian masyarakat dalam memulai sebuah bisnis. Dengan menggunakan metode marketing mix yang terdiri dari 4 yaitu product, price, place, dan promotion maka akan membantu masyarakat dalam memulai suatu bisnis untuk meningkatkan perekonomian. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap yaitu observasi, perijinan, pemberian materi, diskusi, penguatan materi, dan diskusi. Hasil yang didapatkan dari kegiatan ini adalah masyarakat Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong mendapat tambahan ilmu, pengetahuan, dan keahlian dalam berbisnis terutama dalam penerapan marketing mix, masyarakat kedepannya membuka usaha rumahan yang nantinya bisa berkembang seiring berjalannya waktu dan bisa membantu perekonomian keluarga demi kesejahteraan. Dengan mengikuti kegiatan ini diharapkan para warga di Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong bisa memulai suatu bisnis dengan baik dan terus berkembang.

Kata kunci—bauran pemasaran, produk, harga, tempat, dan promosi

Abstract (Bahasa Inggris)

Community service-based course programs aim to increase community expertise in starting a business. By using the marketing mix method which consists of 4 namely product, price, place, and promotion it will help people start a business to improve the economy. The implementation method used in this activity consists of several stages, namely observation, permitting, giving material, discussion, strengthening material, and discussion. The results obtained from this activity are that the people of the Klamalu Village, Sorong Regency, will receive additional knowledge, knowledge and expertise in doing business, especially in implementing the marketing mix, the community will open a home-based business in the future which can develop over time and can help the family economy for prosperity. By participating in this activity, it is hoped that residents in the Klamalu Village, Sorong Regency, can start a business well and continue to grow.

Keyword—marketing mix, product, price, place, and promotion

PENDAHULUAN

Menciptakan suatu bisnis baru yang belum pernah ada sebelumnya tentunya akan menarik perhatian konsumen pertukaran antara barang, jasa, maupun uang untuk memperoleh manfaat atau memberikan manfaat untuk setiap pihak dapat disebut sebagai bisnis (Fauzia, 2013). Bisnis berkembang begitu pesat, aktivitas bisnis terus menerus menjadi lebih baik seiring berjalannya waktu. Di daerah-daerah kecil sudah banyak yang memulai usaha bisnis untuk kesejahteraan ekonomi. Kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat membuat bisnis pun ikut berkembang untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Banyak bermunculan bisnis-bisnis baru di Indonesia dengan berbagai macam strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen.

Memulai suatu bisnis tentunya perlu disertai dengan persiapan yang matang. Bukan hanya menentukan bisnis apa yang akan di jalankan melainkan apa yang harus di lakukan agar bisnis yang di jalankan dapat terus berkembang dan di kenal oleh banyak konsumen. Potensi kekayaan alam yang terdapat di suatu daerah dan pengetahuan akan teknologi dapat dimanfaatkan dan menjadi penunjang berjalannya suatu bisnis.

Konsumen merupakan target utama dalam berbisnis. Setiap bisnis tentunya akan berjalan dengan baik bila mendapat banyak konsumen, itu sebabnya diperlukan strategi-strategi pemasaran untuk menarik banyak konsumen. Para konsumen akan mencari produk paling menarik untuk dibeli di marketplace. Pemasaran diperlukan untuk memberikan informasi mengenai produk yang dijual dan mencapai target pasar yang dituju, harga sudah ditentukan. Pemasaran merupakan suatu kegiatan untuk menciptakan kemudian menentukan harga, dan memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen dan calon konsumen dengan tujuan kepuasan pelanggan dan menjaga hubungan positif dengan pelanggan (Tjipton dan Diana, 2020).

Salah satu strategi yang dapat dilakukan dalam menjalankan sebuah bisnis adalah penerapan *marketing mix*. Penerapan *marketing mix* pada sebuah ide bisnis akan memberikan gambaran ide bisnis nantinya akan berjalan kedepannya. *Marketing mix* ini sudah banyak digunakan oleh para pembisnis dalam menjalankan bisnisnya. *Marketing mix* ini dapat digunakan oleh pembisnis yang baru merintis maupun pembisnis yang sudah lama berjalan. Kotler dan Armstrong (2016: 47) mengatakan bahwa Bauran pemasaran (*marketing mix*) terbagi menjadi 4 hal pokok dan dapat dikontrol meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Selain menciptakan produk yang unik perlu pemahaman tentang penentuan harga yang tepat agar mendapat keuntungan tetapi tetap menyesuaikan kualitas produk yang ditawarkan. Pemasar perlu memahami lingkungan sekitar agar dapat menentukan target pasar, promosi dan strategi pemasaran. Pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal dan produk yang ditawarkan dapat dengan mudah diakses oleh konsumen yang membutuhkan. Kemajuan teknologi dan penggunaan sosial media yang semakin pesat perkembangannya, sekarang ini dapat menjadi suatu wadah yang dapat digunakan untuk memasarkan sebuah produk.

Pelaku UMKM di Kota dan Kabupaten Sorong diperkirakan akan meningkat dengan adanya pengetahuan untuk memanfaatkan sumberdaya. Teknologi yang bisa membuat suatu usaha dapat bersaing dengan usaha-usaha lain ataupun pendatang baru yang nantinya akan bermunculan. Salah satu tempat yang menjadi perhatian tim adalah Kelurahan Klamulu, Kabupaten Sorong. Hasil observasi sebelum melakukan kegiatan di Kelurahan Klamulu terdapat sekitar 50% ibu-ibu non produktif. Oleh karena itu di butuhkan pelatihan untuk mengasah kemampuan untuk lebih produktif memulai suatu bisnis yang menghasilkan laba untuk menunjang perekonomian keluarga.

Salah satu cara untuk memberikan pelatihan kepada ibu-ibu di Kelurahan Klamulu adalah penerapan Mata Kuliah Berbasis Pengabdian Kepada Masyarakat. Pengabdian masyarakat bisa diartikan sebagai proses implementasi atau penerapan teknologi dan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada masyarakat. Pembuatan pelatihan kepada masyarakat ini diharapkan dapat mendorong peningkatan dari pelaku UMKM. Program pelatihan tim pemasaran adalah tim yang menjelaskan bagaimana cara menentukan produk, harga, tempat, hingga cara mempromosikan (*marketing mix*). Tim pemasaran disini menjelaskan cara membuat strategi marketing dalam sebuah bisnis, agar bisnis dapat berjalan dan menghasilkan laba atau keuntungan. Tim pemasaran menjelaskan cara penerapan *marketing mix* pada suatu bisnis.

METODE PELAKSANAAN

Mata kuliah dengan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kantor Kelurahan Klamulu Kabupaten Sorong. Metode pelatihan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui langkah – langkah sebagai berikut:

1. Observasi

Penerapan Marketing Mix Pada Bisnis Banana Pizza di Kelurahan Klamulu Kabupaten Sorong
(Aprisa Rian Histiari, Marsella C. Triwahyuni, Susetyowati Sofia, Digor Mufti)

Observasi merupakan pengamatan kehidupan sehari-hari setiap individu manusia menggunakan kelima indra sebagai alat bantu utama (Morrisan, 2017). Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim melakukan metode observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Observasi dapat pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dalam arti yang luas, observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung.

2. Perijinan

Perizinan adalah pemberian legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu, baik dalam bentuk izin maupun tanda daftar usaha. Izin ialah salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam hukum administrasi, untuk mengemudikan tingkah laku para warga. Sebelum melaksanakan sosialisasi kegiatan, kami terlebih dahulu meminta izin kepada pihak kelurahan. Izin adalah pernyataan mengabulkan (tidak melarang) persetujuan membolehkan. Sedangkan menurut (E. Utrecht, 2010) berpendapat bahwa bila mana pembuat peraturan tidak umumnya melarang suatu perbuatan, tetapi masih juga memperkenalkannya asal saja diadakan dengan cara yang ditentukan untuk masing-masing hal konkrit, maka perbuatan administrasi negara yang memperkenankan perbuatan tersebut bersifat suatu izin (*vergunning*).

3. Pemberian materi mengenai *marketing mix* kepada audiens, materi yang di berikan adalah materi mengenai *marketing mix* :

a. Product (produk)

Produk dapat di artikan sebagai segala sesuatu yang bisa diperjual belikan di pasar untuk di konsumsi, digunakan, dan diperoleh yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan (Kotler dan Armstrong 2017)

b. Price (harga)

Uang yang di tukarkan dalam jumlah tertentu dengan produk baik barang maupun jasa dapat di sebut harga. (Kotler dan Armstrong 2018)

c. Place (tempat)

Place sendiri merupakan tempat atau sarana yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk yang dilakukan oleh produsen kepada konsumen.

d. Promotion (promosi)

Promosi adalah kegiatan untuk menyebarkan informasi mengenai produk kepada konsumen. Selain itu promosi juga untuk mempengaruhi atau membujuk konsumen untuk membeli produk yang di tawarkan oleh perusahaan (Wardani dan Aristriyono, 2019)

4. Diskusi

Diskusi merupakan kemampuan untuk memberikan respon dengan bertukar pendapat mengenai hal yang sedang dibahas atau di jalankan berupa memberikan masukan, pertanyaan, ataupun pendapat. Diskusi dilakukan oleh sekumpulan orang atau kelompok guna mendapat solusi dari suatu permasalahan atau mencari kebenaran.

5. Penguatan materi

Penguatan materi adalah pengulangan pemberian materi terhadap orang lain dengan tujuan dengan terulangnya materi yang diberikan maka akan meningkat pemahaman tentang materi yang di paparkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan dilaksanakan Tim melakukan observasi secara langsung, melakukan pengamatan ke sekitar yang masuk wilayah Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong. Setelah permasalahan ditemukan tim melakukan komunikasi dengan pihak kelurahan. Tim menawarkan

program pelatihan penerapan *marketing mix* pada bisnis Banana Pizza. Dalam kegiatan ini kami meminta izin langsung kepada bapak Akmadi, SH sebagai kepala Kelurahan Klamalu dan menyebarkan undangan resmi kepada masyarakat untuk menghadiri kegiatan ini.

Pelaksanaan kegiatan mata kuliah berbasis pengabdian kepada masyarakat dilakukan oleh mahasiswa Semester III dan Dosen Fakultas Ekonomi dan Dosen Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Sorong. Kegiatan ini dilaksanakan di Kantor Kelurahan Klamalu SP 1 Kabupaten Sorong pada hari Kamis, tanggal 15 Desember 2022 pukul 09.00 WIT sampai dengan selesai. Materi tentang penerapan bauran pemasaran pada produk banana pizza disampaikan oleh Marsella C. Triwahyuni mahasiswa semester III Program Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong.



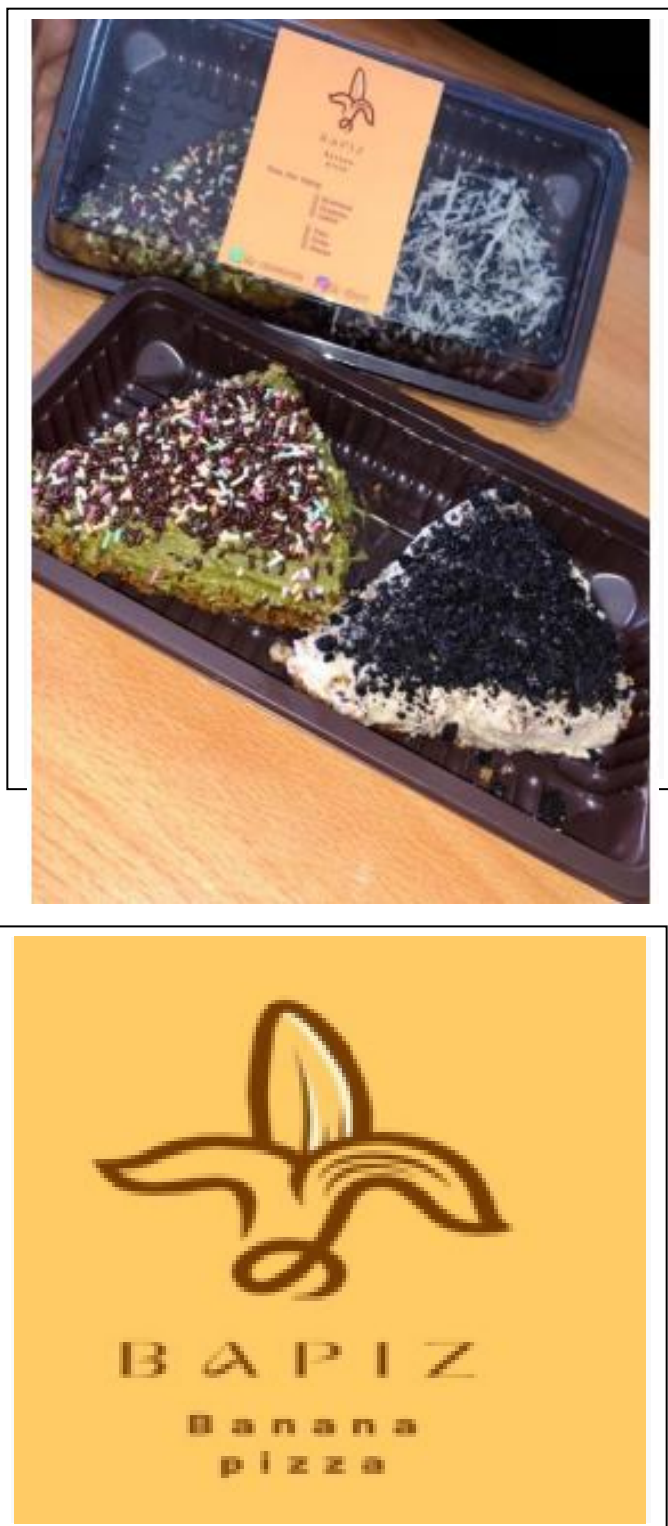
Seperti yang
produk (*product*), har
1. *Product* (Produk)

Produk secara ur
berupa barang at
makanan/cemilan
dapat di manfaati

satu hal yang dapat membuat bisnis berbeda dengan bisnis lain. Pada produk logo sangat diperlukan, dengan adanya logo masyarakat dapat mengenali, mengetahui produk yang dibuat dan logo sebagai identitas diri. Inovasi makanan dari buah pisang yang merupakan makanan yang tidak asing di Sorong karena mudah ditemukan kemudian olahan pisang dikreasikan menjadi banana pizza. Pizza yang merupakan makanan modern akan sangat mencuri banyak perhatian konsumen karena bentuknya yang tak biasa namun rasanya yang bisa diterima di semua kalangan. Dari ini maka tim melakukan inovasi olahan produk pisang menjadi banana pizza. Olahan pisang menjadi lebih menarik, lebih kreatif dengan beberapa topping.

ngkup 4 bagian yaitu

dari proses produksi
besar. Seperti produk
pah di Sorong maka
Selain produk, salah



Gambar 3. LOGO PRODUK

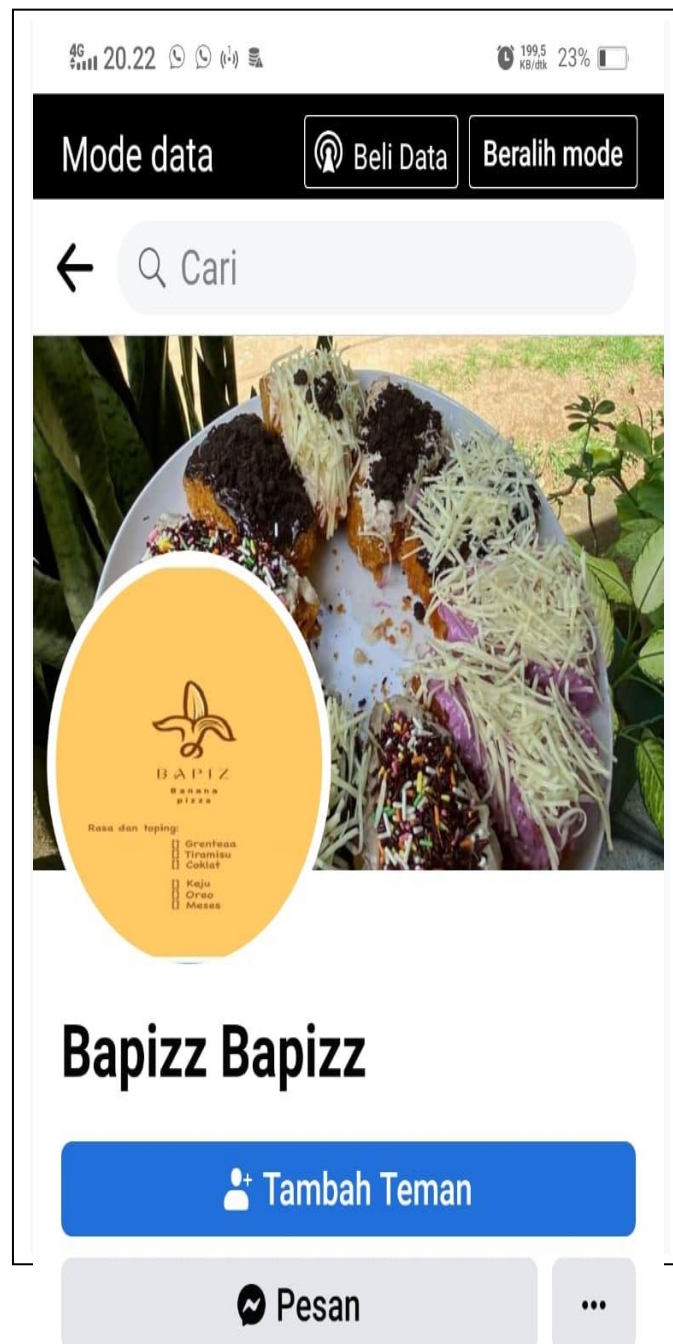
2. *Price* (harga)

Harga adalah penentuan harga dari dasar tepat bagi produk atau jasa hal ini termasuk penentuan strategi. Dari penentuan harga yang tepat inilah maka dapat mengetahui laba yang didapat dari volume penjualan. Dengan perhitungan yang tepat maka kita bisa

menentukan harga yang sesuai. Setelah melakukan perhitungan dan melihat harga kue yang sejenis maka di dapatkan perhitungan Rp. 25.000,- setiap 1 porsi bapiz

3. *Place* (tempat)

Place adalah tempat atau wadah yang digunakan untuk memasarkan suatu produk. *Place* merupakan salah satu faktor penting dalam *marketing mix* agar pemasaran yang dilakukan dapat berjalan dengan maksimal dan produk yang ditawarkan bisa dengan mudah didapatkan oleh konsumen yang membutuhkan. Tempat yang digunakan dalam pemasaran pada produk bapiz adalah media social dengan membuat akun Facebook dan Instagram.





4. Promotion (promosi)

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan agar bisa berbeda dengan perusahaan itu sendiri. Seperti mempromosikan produk makanan yaitu Banana Pizza(bapiz) di akun media sosial agar orang mengetahui dan kalau promosi menggunakan media sosial itu lebih cepat diketahui calon konsumen. Banana pizza merupakan cemilan unik dan menarik sehingga membuat calon konsumen ingin membeli dan mencoba.



Gambar 6. PROMOSI BAPIZ DIMEDIA SOSIAL

Kegiatan diskusi berlangsung dengan audiens yang memberikan beberapa pertanyaan mengenai materi marketing mix dan kemudian di jawab oleh pemateri. Audiens bertanya

tentang cara memperkenalkan nama brand Banana Pizza kepada masyarakat. Nama brand Banana Pizza atau di singkat dengan Bapiz akan selalu di tulis dalam caption setiap kali mempromosikan Bapis ini di internet, meskipun Banana Pizza merupakan bahasa Inggris namun akan tetap dideskripsikan bahwa olahan ini terbuat dari pisang menggunakan bahasa Indonesia yang mudah di pahami oleh masyarakat.

Penguatan materi disampaikan oleh para Dosen pendamping, materi yang disampaikan mengenai penerapan bauran pemasaran pada produk, strategi pemasaran, pemasaran digital dan pengurusan PIRT dan label Halal yang tadi ada pertanyaan dari peserta. Para Dosen nantinya akan membantu pengurusan di instansi terkait secara berkelompok. Sehingga nantinya produk pelaku UMKM dapat masuk disupermarket. Dan ketika ada pendampingan dari instansi pemerintah kabupaten, para UMKM kelurahan Klamalu menjadi perhatian. Selama ini para beberapa pelaku UMKM tidak diketahui oleh pemerintah setempat, pemasaran masih sederhana. Dan belum ada izin dari pemerintah setempat.



Gambar 7. DOKUMENTASI DENGAN DOSEN



Gambar 8. DOKUMENTASI DENGAN TIM PEMASARAN

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 15 Desember 2022 pada pukul 09:00-12:00 WIT di Kantor Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong. Tim pemasaran terdiri dari 9 orang didampingi oleh 3 orang dosen. Kegiatan diharapkan peningkatan kemampuan menerapkan *marketing mix* pada suatu bisnis. Dengan kemampuan berbisnis akan mendapatkan keuntungan untuk penghasilan tambahan yang bisa membantu perekonomian masyarakat di Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong.

Pengetahuan tentang *marketing mix* sangat penting diketahui bagi seorang pebisnis yang akan menjalankan sebuah bisnis karena penerapan *marketing mix* pada suatu bisnis sangat penting dilakukan. Pebisnis harus paham betul bagaimana cara menciptakan produk, menentukan harga, memilih tempat pemasaran serta bagaimana cara mempromosikan produk yang dijual. Seorang pebisnis harus paham betul apa yang sedang terjadi di lingkungan sekitar. Pemanfaatan sumber daya dan teknologi juga perlu dilakukan. Untuk mencapai target-target yang direncanakan maka dibutuhkan persiapan yang matang. Itu sebabnya pelatihan penerapan *marketing mix* harus disalurkan bagi masyarakat. Dengan memiliki pengetahuan tentang berbisnis maka akan meningkatkan kemampuan dan perekonomian masyarakat.

Digitalisasi seperti saat ini maka tempat yang bisa dimanfaatkan sebagai bagian dari pemasaran adalah sosial media. Banyak sosial media yang digunakan oleh masyarakat untuk mendapat sebuah informasi, salah satu media sosial tersebut adalah Instagram dan Facebook. Kami melihat peluang yang besar di Instagram dan Facebook mengingat kedua media sosial ini banyak digunakan oleh masyarakat mulai dari remaja hingga orang dewasa. Pemasaran secara online ini dianggap efektif dalam memasarkan produk dan mudah untuk diakses. Pemasaran secara online dapat membaut pelaku bisnis dan konsumen dengan mudah berinteraksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin, A. (2018). Dewan Penyunting. *Poros*, 15(1). <https://doi.org/10.24912/poros.v15i1.1257>
- Ermi, N. (2015). Penggunaan Metode Diskusi untuk Meningkatkan Hasil Belajar Materi Perubahan Sosial pada Siswa Kelas XII SMA Negeri 4 Pekanbaru. *Sorot*, 10(2), 155. <https://doi.org/10.31258/sorot.10.2.3212>
- Febriansyah, K. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.*, 28–29.

- <http://repository.iainkudus.ac.id/3523/5/5>. BAB II.pdf
- Irene Dewi, O. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Agora*, 6(2), 2–7.
- Orlando, J., & Harjati, L. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Aa Raffi Fried Chicken Sindangbarang Bogor Jovian. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 6(1), 49–66.
- Rachmat Sunjoto, A. (2016). Strategi Pemasaran Swalayan Pamella dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 1(2), 45. [https://doi.org/10.21927/jesi.2011.1\(2\).45-64](https://doi.org/10.21927/jesi.2011.1(2).45-64)
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Raya, M. K. F. (2016). Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan). *Falasifa*, 7(1), 21.
- Said, M. Y. S. dan M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan di RSUD Kota Semarang* (Vol. 3).