

## PENGENALAN BAURAN PEMASARAN (4P) UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN SISWA SISWI SMKN AGRIBISNIS DANGAU DATUK KOTA BENGKULU

Sulisti Afriani<sup>1</sup>, Ellya Revolina<sup>2</sup>, Ahmad Soleh<sup>3</sup>, Ermy Wijaya<sup>4</sup>, Kimas kurniawan<sup>5</sup>

Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen, Bengkulu<sup>1,3,4,5</sup>

Fakultas Ekonomi Universitas Prof. Hazairin, Bengkulu<sup>2</sup>

Email : <sup>1)</sup>[sulistiafriani@unived.ac.id](mailto:sulistiafriani@unived.ac.id), <sup>2)</sup>[Ellya@unihaz.ac.id](mailto:Ellya@unihaz.ac.id) <sup>3)</sup>[ahmadsoleh@unived.ac.id](mailto:ahmadsoleh@unived.ac.id)  
<sup>4)</sup>[ermy.wijaya04@unived.ac.id](mailto:ermy.wijaya04@unived.ac.id) <sup>5)</sup>[kimeskurniawan@unived.ac.id](mailto:kimeskurniawan@unived.ac.id)

### Abstrak

*Bauran pemasaran merupakan hal yang sangat penting dilakukan Ketika pelaku usaha akan melakukan usahanya, dimana variabel dalam bauran pemasaran yang paling sederhana adalah Produk (product), Harga (price), promosi (promotion) dan tempat (place). Dalam pelaksanaannya SMKN Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu telah melakukan konsep bauran pemasaran (Marketing Mix) belum maksimal. Sehubungan dengan hal tersebut maka pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk memberikan pengenalan lebih dalam lagi mengenai bauran pemasaran kepada siswa dan siswi SMKN Agribisnis Dangau Datuk Kota Bengkulu. Kegiatan dilakukan pada tanggal 21 Maret 2023 yang dihadiri oleh siswa, siswi dan guru pendamping. Metode pelaksanaan yaitu dengan metode ceramah (penyuluhan), tanya jawab dan diskusi. Hasil dari kegiatan adalah diharapkan ke depan SMKN Agribisnis dapat lebih baik lagi melakukan bauran pemasaran sehingga bisa mendapatkan strategi pemasaran yang baik.*

### Abstract

*Marketing mix is a very important thing to do when business actors will do their business, where the simplest variations in the marketing mix are product, price, promotion and place. In its implementation, SMKN Agribusiness Dangau Datuk Kota Bengkulu has carried out the concept of marketing mix (Marketing Mix) has not been optimal. In connection with this, community service was carried out to provide a deeper introduction to the marketing mix to students of SMKN Agribusiness Dangau Datuk Kota Bengkulu. The activity was carried out on March 21, 2023, which was attended by students, students and accompanying teachers. The method of implementation is by lecture (counseling), question and answer and discussion methods. The results of the activities are expected that in the future SMKN Agribusiness can better carry out a marketing mix so that it can get a good marketing strategy.*

**Kata kunci:** Marketing mix, Produk, Harga, Tempat, Promosi

## 1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan dunia bisnis saat ini dan ketatnya tingkat persaingan yang terjadi, mendorong para pengusaha bisnis untuk selalu melakukan keterbaharuan dalam usahanya, dalam berbagai hal salah satunya yaitu selalu mengeksplorasi hal-hal yang inovatif dan kreatif agar produk atau jasa yang dimiliki dapat bersaing dan bisa memenuhi permintaan pasar. Usaha yang dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar dan menarik konsumen diantaranya yaitu dengan menentukan citra merek dari produk dan memenangkan persaingan diantara kompetitor yang menghasilkan produk yang sejenis.

Salah satu penghasil produk yang masih tergolong baru adalah SMKN Agribisnis Dagau Datuk, dimana para siswa dan siswi di sekolah ini telah berhasil membuat olahan makanan dan minuman yang sudah cukup memiliki nama di kota Bengkulu, walau baru beberapa segmen pasar saja yang mereka masuki. Produk produk yang mereka hasilkan diantaranya meliputi kopi bubuk, sirup jeruk kalamansi, sirup jahe merah, es cream dengan berbagai varian rasa dan jamur tiram baik yang sudah diolah maupun belum.

Permasalahan yang dihadapi oleh SMKN Agribisnis Dagau Datuk adalah pemasaran dari semua produk tersebut belum dilakukan secara maksimal, dikarenakan keterbatasan pengetahuan mereka dalam pengelolaan segmentasi pasar dan strategi pemasaran yang masih minim. Hal ini menyebabkan produk-

produk yang dijual masih belum terlempar semua ke pasar. Untuk itu kami melakukan pengabdian kepada masyarakat di sekolah ini dengan mencoba membantu para siswa dan siswi ini mengenalkan bauran pemasaran untuk menentukan strategi pemasaran pada produk produk yang mereka hasilkan sehingga ke depannya bisa dijadikan tambahan ilmu dan informasi bagi mereka. Pengenalan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan dengan memperkenalkan konsep 4P yang meliputi produk (*product*), Harga (*Price*), tempat (*Place*) dan promosi (*Promotion*). Dalam hal ini penjelasan bauran pemasaran yang kami jelaskan berlandaskan pada pendapat Kotler (2008:73) bauran pemasaran adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan dapat digunakan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tingkat penjualannya dalam pasar sasaran yang terdiri dari produk (*product*), Harga (*Price*), tempat (*Place*) dan promosi (*Promotion*) atau yang sering disebut dengan 4P.

**2. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai pengenalan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dalam menentukan strategi pemasaran terhadap produk olahan yang siswa siswi SMKN Dagau Datuk hasilkan, dilakukan dengan metode ceramah (penyuluhan), tanya jawab dan diskusi.

- a. Metode pertama yang digunakan adalah metode ceramah, dilakukan melalui pemaparan materi yang terkait dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan dengan memperkenalkan konsep 4P yang meliputi produk (*product*), Harga (*Price*), tempat (*Place*) dan promosi (*Promotion*) sebagai dasar dalam menentukan strategi pemasaran.
- b. Metode kedua yaitu tanya jawab dan diskusi, metode ini digunakan untuk memberikan kesempatan kepada siswa dan siswi bertanya dan berdiskusi kemudian kami memberikan jawaban atas pertanyaan mengenai bauran pemasaran dalam menentukan strategi pemasaran.

Berikut ini adalah gambar gambar metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di SMKN Agribisnis Dagau Datuk dilaksanakan pada tanggal 21 Maret 2023, dimana dalam kegiatan tersebut dihadiri oleh siswa dan siswi kelas dua dan tiga beserta beberapa orang guru pendamping berjumlah 30 orang dilaksanakan di aula sekolah SMKN Dagau Datuk. Ketika pelaksanaan kegiatan pemberian materi dilakukan oleh Ibu Dr. Ellya Revolina, S.E., M. Si

dan Sulisti Afriani, S.E., MM. Pemberian materi yang berhubungan dengan Bauran Pemasaran diberikan kepada siswa siswi dengan memberikan contoh produk produk olahan yang mereka hasilkan. Penjelasan yang diberikan meliputi 4P yang berkaitan dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan memperkenalkan konsep 4P yang meliputi produk (*product*), Harga (*Price*), tempat (*Place*) dan promosi (*Promotion*). Ketika memberikan penjelasan dan pemaparan materi contoh dari kasus kasus juga diberikan pada siswa dan siswi SMKN Agribisnis Dagau Datuk Kota Bengkulu, kemudian diberikan beberapa contoh solusi yang dapat digunakan sebagai strategi pemasaran dari produk produk olahan mereka.

Berikut gambar produk produk olahan siswa dan siswi SMKN Agribisnis Dagau Datuk Kota Bengkulu



Gambar 2. Produk produk Olahan SMKN Agribisnis Danguu Datuk

Adapun pelaksanaan pengenalan bauran pemasaran yang dilakukan adalah dengan memberikan pemahaman terhadap siswa dan siswi mengenai pemasaran terlebih dahulu, kemudian baru diberikan penjelasan mengenai masing masing variabel bauran pemasaran.

- a. Pemasaran merupakan proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan (Hasan, 2013:4). Sedangkan menurut William J. Stanton dalam Daryanto, Pemasaran adalah keseluruhan intern yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli baik pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Dalam hal ini SMKN Agribisnis Danguu Datuk telah melakukan pemasaran dengan cukup baik namun belum dilakukan secara luas.
- b. Sebuah organisasi ataupun perusahaan bertugas untuk memenuhi keinginan, kebutuhan, serta minat target sasaran sehingga dapat memberikan kepuasan dengan lebih efektif dan efisien. Aktifitas pemasaran dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan, salah satunya adalah bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Menurut McCarthy aktivitas Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terdiri dari 4 kategori, yaitu: (Sefudin, 2014)
  1. Produk (*Product*) Segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang melingkupi kualitas, ciri, merk, kemasan, pelayanan, garansi, dan lainnya.
  2. Harga (*Price*) Nilai dari suatu barang yang diukur dengan uang, termasuk daftar harga, promo, jangka waktu pembayaran, syarat kredit

3. Tempat (*Place*) Berkaitan dengan proses distribusi yang merupakan kegiatan perusahaan yang saling berkaitan agar dapat menjadikan suatu produk/jasa siap digunakan atau dikonsumsi, dalam hal ini termasuk lokasi, persediaan transportasi, dan cakupan pasar.

Promosi (*Promotion*) Promosi merupakan bagian dari komunikasi yang bertujuan memberikan penjelasan agar dapat meyakinkan calon nasabah/konsumen mengenai barang/jasa yang ditawarkan.

Dari penjelasan secara singkat di atas kemudian dikaitkan dengan lingkungan bauran pemasaran yang ada di SMKN Agribisnis Dagau Datuk Kota Bengkulu, dari hasil diskusi dengan siswa dan siswi serta bapak dan ibu guru maka di dapat beberapa strategi pemasaran yang dapat digunakan ke depan dengan menggunakan konsep bauran pemasaran 4P yaitu :

1. Produk (*Product*),

Produk Produk produk olahan yang dihasilkan oleh siswa dan siswi SMKN Agribisnis merupakan produk yang layak untuk dipasarkan dan memiliki nilai jual. Semua produk yang dihasilkan beberapa sudah memiliki logo dan merek “Dagau Datuk” seperti sirup kalamansi, sirup jahe merah, kopi bubuk, es cream. Hanya satu produk saja yang belum diberikan kemasan dan diberi merek yaitu jamur. Hal ini dikarenakan penjualan dilakukan secara langsung, ditimbang dan dikemas dalam kantong plastic biasa, sehingga brand Dagau Datuk belum ada di kemasan jamur. Saran Ke depannya semua produk olahan yang dibuat hendaknya diberikan label.

Dengan adanya label di setiap produk yang dihasilkan maka membantu produk produk tersebut untuk mudah diingat, dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Untuk komposisi bahan, tanggal kadaluarsa dan lain sebagainya sudah memenuhi standar. Produk telah dikemas dalam beberapa tampilan dan ukuran sesuai dengan harga yang ditetapkan. Kemasan produk pasti memiliki label produk. Label/logo produk “Dagau Datuk” berisikan nama brand/merek, nama produk, bahan-bahan produk, berat bersih, sosial media produk, alamat produksi, kode produksi, tanggal kadaluarsa, dan no. PIRT. Label tersebut guna untuk memberikan informasi mengenai produk produk yang akan dijual.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan ariabel yang penting dalam melakukan pemasaran. Untuk mementukan harga setiap penjual akan melakukan beberapa metode penetapan harga yang akan digunakan, sehingga mendapatkan hasil yang bisa memperoleh keuntungan. SMK Agribisnis Dagau Datuk telah menetapkan harga pada setiap produk olahan yang mereka hasilkan. Dengan mempertimbangkan biaya produksi dan lain lain untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

3. Promosi produk produk olahan SMK Agribisnis Dagau Datuk telah dilakukan secara langsung dan secara online. yaitu :

- a. Promosi tatap muka (*Direct selling*) adalah penjualan yang dilakukan secara langsung, dimana penjual berhadapan langsung dengan pembeli. Hal ini merupakan cara penjualan yang efektif, karena penjual dapat berhadapan langsung dengan konsumen, sehingga dapat menarik minat konsumen. Berikut salah satu penjualan secara langsung yang dilakukan oleh SMK Dagau Datuk



Gambar 3. Promosi tatap muka (*Direct selling*) SMKN Agribisnis Dangu Datuk

- b. Promosi secara online belum dilakukan secara maksimal oleh SMKN Agribisnis Dagau Datuk. Mereka melakukan promosi salah satunya melalui E-promotion (promosi online). E-promotion sebagai kegiatan promosi melalui internet seperti halnya world of mouth online dan sosial media. Promosi online produk ini sebagai berikut: Instagram dan facebook. Kedua promosi tersebut dapat mempermudah kita untuk melakukan promosi secara online dengan jangkauan yang luas. Berikut adalah bentuk promosi SMKN Agribisnis melalui Instagram dan Facebook



Gambar 4. Promosi online SMKN Agribisnis Dangau Datuk

- Tempat/lokasi (place) Lokasi pemasaran bertempat di jalan Air seabakul kota Bengkulu. Bauran pemasaran yang ke empat adalah Distribusi (Place). Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani antara proses produksi dan konsumsi dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Lokasi SMKN Dangau Datuk Berada di dekat pintu Tol dan kantor wali Kota “Merah Putih”. Ke depan lokasi ini sangat strategis di jadikan tempat usaha.

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan Penerapan produk bauran pemasaran (marketing mix) 4P pada produk produk olahan SMKN Agribisnis Dangau Datuk sangat membantu dan sangat relevan dengan pemasaran produk. Dengan menerapkan marketing mix 4P pemasaran maka produk produk olahan seperti kopi bubuk, sirup kalamansi, sirup jahe merah es cream dan jamur ke depannya akan menjadi lebih baik lagi meliputi yaitu

- Untuk produk sudah cukup baik dari ketersediaan bahan baku, proses produksinya sampai pada pengemasan.
- Dalam menetapkan harga produk produk olahan sudah melakukan pengelolaan yang cukup baik
- Promosi sampai dengan saat ini telah dilakukan melalui cara langsung dan tidak langsung\
- Tempat usaha cukup terjangkau karena masih berada di tengah kota sehingga mudah untuk mobilitas para pembeli.

Untuk kedepan kami menyarankan agar :

- Produk produk olahan yang telah ada hendaknya dalam pengemasan lebih dibuat semenarik mungkin, dan diberikan keterangan komposisi, nomor telepon serta dibuat dalam beberapa ukuran, sehingga harga bisa bervariasi sesuai dengan ukurannya. Melakukan riset dan target pasar yang lebih luas lagi, menempatkan posisi brand secara tepat, hendaknya nama brand sesuai dengan tujuannya, akan menarik jika ada slogan brand, menentukan tampilan visual brand menjadi lebih menarik lagi dan membuat rencana tentang strategi marketing.
- Harga yang ditetapkan hendaknya harus memperhatikan mencari tahu harga produksi dengan melihat *fixed cost* dan *variable cost*, mencari biaya total produksi, harga jual dengan menggunakan perhitungan persentase keuntungan/laba atau dengan menentukan Break Even Point
- Selain promosi yang telah dilakukan melalui Instagram dan Facebook maka dapat dilakukan melalui website, vlog, iklan gratis, manfaatkan iklan mobil. Melalui market place, membagikan email melalui email marketing atau membuat konten marketing yang menarik
- Lokasi SMKN Dangau Datuk saat ini cukup terjangkau, namun hendaknya lebih memperhatikan lagi bagaimana ke depannya agar lokasi itu dapat dilihat oleh masyarakat luas misalnya dengan menambahkan letak lokasi pada promosi dan label pada produk.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Assauri, S. 2013. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Jakarta: PT Raja Grafindo
- Daryanto, 2012. Manajemen Pemasaran : Sari Kuliah. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Hasan, A. 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: Caps
- Kotler, K. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Kencana Prenada Media.
- \_\_\_\_\_, Philip dan Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1. Jakarta. Erlangga
- \_\_\_\_\_, Philp dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Sefudin, A. (2014). Redefinisi bauran pemasaran (marketing mix) “4P” ke “4C” (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI). *Journal of Applied Business and Economics*, 1(1), 17–23.