

**OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK RITEL MELALUI OJEK (ONLINE,
JEJARING SOSIAL, E-COMMERCE DAN KOMUNITAS) PADA SISWA KELAS XI
BISNIS DARING DAN PEMASARAN 1 DI SMK NEGERI 1 PEMALANG**

TUNFADILAH
SMK N 1 Pemalang
ttunfadilah@gmail.com

ABSTRAK

Kompetisi bisnis ritel tidak hanya cukup dengan menawarkan produk kualitas prima, harga bersaing, menciptakan kepuasan pembeli dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat atau konsumen, namun utamanya selain menciptakan kepuasan pelanggan, juga upayakan untuk membangun loyalitas minat masyarakat berbelanja. Tujuan pembuatan laporan Best Practice ini untuk mengetahui dampak marketing mix modern ritel terhadap kepuasan minat belanja masyarakat dan implikasinya pada loyalitas minat belanja masyarakat. Hasil pengamatan diperoleh melalui pengaruh langsung marketing mix modern ritel secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan minat masyarakat berbelanja, namun faktor harga secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan minat masyarakat berbelanja. Kepuasan minat masyarakat belanja memiliki pengaruh yang positif dan sangat signifikan terhadap variabel loyalitas minat masyarakat belanja. Hal ini berarti kepuasan yang dirasakan masyarakat untuk belanja akan meningkatkan loyalitas berbelanja.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan untuk menciptakan loyalitas masyarakat berbelanja.

ABSTRACT

Retail business competition is not only sufficient by offering prime quality products, competitive prices, creating customer satisfaction and providing better service to the public or consumers, but primarily in addition to creating customer satisfaction, it also strives to build community loyalty and interest in shopping. The purpose of preparing this Best Practice report is to determine the impact of modern retail marketing mix on the satisfaction of people's shopping interest and its implications for the loyalty of people's shopping interest. Observations obtained through the direct influence of the modern retail marketing mix simultaneously have a positive and significant effect on the satisfaction of people's shopping interest, but the price factor partially does not have a significant effect on the satisfaction of people's shopping interest. Satisfaction of the shopping community's interest has a positive and very significant influence on the loyalty variable of the shopping community's interest. This means that the satisfaction felt by the community for shopping will increase shopping loyalty.

Keywords: Customer satisfaction to create shopping community loyalty.

PENDAHULUAN

Awalnya saya mulai ragu dengan adanya kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh siswa kelas X jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran. Kaitannya dengan kegiatan praktek pemasaran produk. Karena dimulai pada saat masuk menjadi siswa dimana adanya pemilihan jurusan yang sesuai dengan keinginan calon siswa. Kebanyakan siswa memilih jurusan lain selain jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, tetapi kenyataanya yang diterima siswa adalah tidak sesuai dengan harapan. Mengingat keminatan pada jurusan lain juga terbatas sehingga siswa yang tidak memilih jurusan BDP juga akhirnya dimasukkan ke jurusan BDP.

Dari situlah kami beranggapan bahwa siswa yang masuk di jurusan BDP sebenarnya tidak sesuai dengan keinginan, sehingga awal mulai pelajaran juga kelihatan tidak berminat.



Apalagi pada saat mulai diadakan praktek kegiatan penjualan juga siswa kurang begitu merespon apalagi tanggapan orang tua terhadap anaknya pada saat praktek penjualan mereka beranggapan untuk berjualan tidak bersekolahpun bisa. Tetapi setelah siswa mengikuti pelajaran dan memahami yang sebenarnya dari materi yang ada pada jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, akhirnya siswa mulai beranggapan bahwa jurusan Pemasaran memang harus dipelajari betul-betul untuk dapat menghadapi berbagai karakter dari calon pembelinya, jadi tidak hanya asal-asalan saja untuk menghadapi berbagai karakter dari calon pembelinya. Disamping itu anak-anak juga mempelajari alat-alat yang nantinya bisa dimanfaatkan seperti alat untuk melakukan perhitungan barang yang disebut dengan Cash Register, alat untuk melabel harga yang disebut Price Labeling, dan masih banyak lagi alat-alat yang perlu dipelajari oleh anak. Pada tahun berikutnya anak sudah mulai merasakan betapa senangnya belajar di jurusan Bisnis Daring dan Pemasaran, setelah adanya kerjasama dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri siswa bisa mengenal berbagai produk dari mulai produk sepatu, tas, baju, kosmetik dan makanan, mereka dengan senang hati untuk melakukan kegiatan praktek penjualan apalagi disertai dengan kegiatan-kegiatan lomba baik yang diadakan di Sekolah, Kabupaten, Propinsi maupun di Tingkat Nasional.

Sesuai dengan judul yang saya pilih adalah pengertian dari Optimalisasi. Menurut (Mohammad Nurul, 2018) Optimalisasi berasal dari kata optimal artinya terbaik atau tertinggi. Sedangkan pengertian Optimalisasi adalah proses mengoptimalkan sesuatu, dengan kata lain proses menjadikan sesuatu menjadi paling baik atau paling tinggi. Pengertian Pemasaran menurut Sunyoto (2019:19), Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Pengertian Produk menurut Kotler dan Amstrong (2017:244) Produk didefinisikan sebagai apapun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Pengertian Ritel merupakan sebuah penjualan eceran meliputi semua aktifitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi.

Dengan adanya perkembangan jaman dan kemajuan teknologi yang menjadikan segala sesuatu dilakukan dengan menggunakan media sosial. Seperti pemasaran Online. Menurut Kotler dan Amstrong (2018) Pemasaran Online adalah suatu bentuk usaha dari perusahaan yang bertujuan untuk memasarkan produk dan jasanya dan juga untuk membangun hubungan antara perusahaan dan pelanggan melalui internet. Sedangkan pengertian E-Commers menurut Ahmadi dalam Marcel dan Astri (2018) E-Commerce merupakan aktifitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet.

Sekarang ini penjualan bisa dilakukan oleh siapa saja, seiring dengan kemajuan teknologi karena sarana dan prasarana mudah untuk didapatkan seperti alat komunikasi (Handphone) yang semakin canggih dan dapat dimanfaatkan untuk kegiatan online seperti penjualan online, belajar online dan kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan secara online. Sehingga dapat membantu para siswa khususnya yang melakukan kegiatan penjualan secara online.

METODE PENELITIAN

Penelitian Best Practice adalah pengalaman yang terbaik yang dilakukan di SMK Negeri 1 Pemalang, Kabupaten Pemalang dalam mata pelajaran Pengelolaan Bisnis Ritel. Waktu Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan September 2022 dengan judul Optimalisasi Pemasaran Produk Ritel Melalui Ojek (Online, Jejaring Sosial, E-Commerce dan Komunitas) Pada Siswa Kelas XI Bisnis Daring dan Pemasaran 1 di SMK negeri 1 Pemalang. Copyright (c) 2023 TEACHING : Jurnal Inovasi Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Penggunaan Metode Deskriptif ini dimaksudkan untuk bisa memberikan gambaran yang jelas tentang pelaksanaan praktik penjualan produk ritel baik secara tatap muka ataupun secara Online pada siswa Kelas XI Bisnis daring dan Pemasaran 1 SMK Negeri 1 Pemalang, Kabupaten Pemalang. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 36 siswa, 4 laki-laki dan 22 siswa perempuan. Teknik pengumpulan data menggunakan tes tertulis, observasi dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan membuat skor hasil belajar secara deskriptif dengan menggunakan teknik persentase untuk mengetahui peningkatan dalam kegiatan pembelajaran.

Hasil Pelaksanaan Strategi yang dipilih

Adapun indikator keberhasilan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Minimal 75% atau 31 dari 36 orang siswa kelas XI BDP 1 mencapai KKM 75 dengan memperoleh nilai ≥ 75 pada tes ulangan harian, untuk pokok bahasan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis ritel, klasifikasi bisnis ritel, kelebihan dan kekurangan bisnis ritel, dan menjelaskan sistem menejemen bisnis ritel.

A. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari :

1. Guru : Hasil pengamatan
2. Siswa : Hasil test, angket dan proses pembelajaran

B. Teknik dan Instrumen Data

Untuk mengetahui hasil proses tindakan kelas dilakukan, maka digunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data diantaranya :

a. Metode observasi

Lembar pengamatan ini mengukur keaktifan secara individual maupun kelompok selama berlangsungnya proses kegiatan belajar mengajar

b. Metode test

Metode test digunakan untuk mengevaluasi hasil belajar siswa setelah proses pembelajaran.

c. Angket siswa

Pembuatan angket ini betujuan untuk mengetahui, menyaring data yang telah valid (absah) dan reliable (dapat dipercaya) mengenai tanggapan siswa, pendapat guru mitra dan kepala sekolah.

d. Dokumentasi

Yaitu alat untuk pengambilan data identitas siswa meliputi : nama, jenis kelamin, kelas, nomer induk, dan sebagainya, data tersebut merupakan dokumen yang disimpan oleh sekolah / guru

Tabel 1. Distribusi tes awal

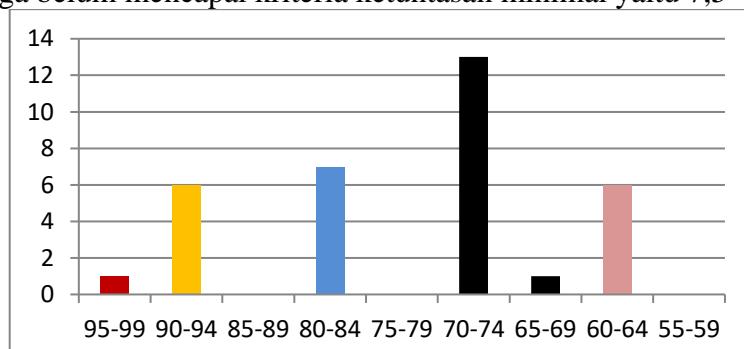
No.	Kelas interval	Frekuensi		
		F	%	Keterangan
1.	95 – 99	1	2,63%	Tuntas
2.	90 – 94	6	15,79%	Tuntas
3.	85 – 89	0	0%	Tuntas
4.	80 – 84	6	18,42%	Tuntas
5.	75 – 79	0	0%	Tuntas
6.	70 – 74	12	31,58%	Belum tuntas
7.	65 – 69	1	2,63%	Belum tuntas
8.	60 – 64	6	15,79%	Belum tuntas
9.	55 – 59	0	0%	Belum tuntas

10.	50 – 54	3	7,89%	Belum tuntas
11.	45 – 49	1	2,63%	Belum tuntas
12.	Jumlah	36	100%	

Berdasarkan pada hasil ulangan Pengelolaan Bisnis Ritel sebelum diadakan penelitian adalah sebagai berikut :

- Siswa yang mendapat nilai 95 – 99 ada 1 siswa dengan persentase 2,63%
- Siswa yang mendapat nilai 90 – 94 ada 6 siswa dengan persentase 15,79%
- Siswa yang mendapat nilai 85 – 89 ada 0 siswa dengan persentase 0%
- Siswa yang mendapat nilai 80 -84 ada 6 siswa dengan persentase 18,42%
- Siswa yang mendapat nilai 75 – 79 ada 0 siswa dengan persentase 0%
- Siswa yang mendapat nilai 70 – 74 ada 12 siswa dengan persentase 31,58%
- Siswa yang mendapat nilai 65 – 69 ada 1 siswa dengan persentase 2,63%
- Siswa yang mendapat nilai 60 – 64 ada 6 siswa dengan persentase 15,79%
- Siswa yang mendapat nilai 55 – 59 ada 0 siswa dengan persentase 0%
- Siswa yang mendapat nilai 50 – 54 ada 3 siswa dengan persentase 7,89%
- Siswa yang mendapat nilai 45 – 49 ada 1 siswa dengan persentase 2,63%
- Nilai tertinggi : 95 diraih oleh 1 orang siswa dan nilai terendah 4 diraih oleh 1 orang siswa

Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa ada 14 siswa yang mendapat nilai diatas kriteria ketuntasan minimal sebanyak 36,84%, dan 24 siswa yang mendapat nilai dibawah kriteria ketuntasan minimal sebanyak 63,16%. Sedangkan jumlah nilai seluruhnya 265 dan jumlah siswa 38 anak, maka diperoleh rata – rata 6,97 sehingga belum mencapai kriteria ketuntasan minimal yaitu 7,5



Gambar 1. Kondisi awal

1. Hasil pengamatan

Hasil pengamatan kegiatan pembelajaran siswa

Berdasarkan hasil pengamatan dari observer (Nurul Fuadah, S.pd; M.Pd) pada kegiatan pembelajaran siswa pada siklus I dapat diperoleh sebagai berikut :

Penjelasan kategori nilai :

- 50 – 59 Sangat baik
- 40 – 49 Baik
- 30 - 39 Cukup
- 20 – 29 Kurang baik
- 10 – 19 Sangat kurang

Skor tiap item ditentukan :

- Sangat baik dengan skor 5

- b. Baik dengan skor 4
- c. Cukup dengan skor 3
- d. Kurang dengan skor 2
- e. Sangat kurang dengan skor 1

Hasil pengamatan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2. Distribusi pengamatan KBM siklus I

No.	Kelas interval	F	%
1.	10 – 19	-	-
2.	20 – 29	-	-
3.	30 – 39	8	50%
4.	40 – 49	6	37,5%
5.	50 – 59	2	12,5%
	JUMLAH	16	100%

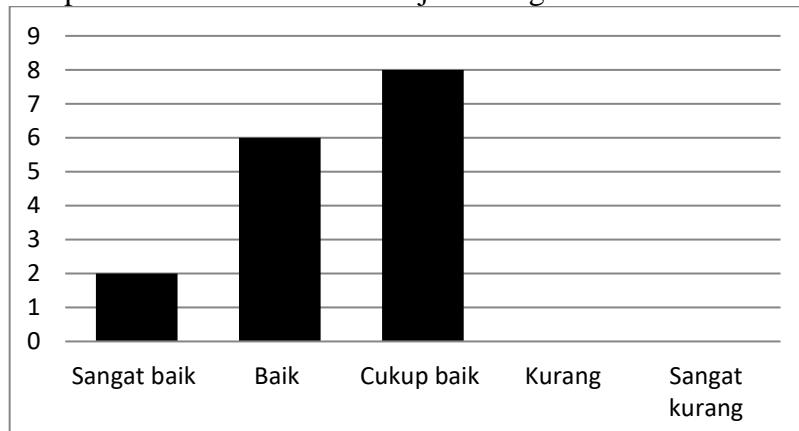
Pada kegiatan KBM siklus I dapat diperoleh sebagai berikut :

Sangat baik = 2, baik = 6, cukup = 8, kurang = 0, sangat kurang = 0. Sehingga diperoleh hasil :

$$\frac{2x 5 + 6x 4 + 8x 3}{16} = 3,63$$

Nilai rata – rata tersebut diatas dapat dilihat pada komponen pada aspek yang diamati yang tercantum pada lampiran

Nilai tersebut apabila dikualifikasikan menjadi kategori nilai C atau cukup baik



Gambar 2. Kegiatan KBM

Hasil pengamatan kegiatan kelompok diskusi

Berdasarkan data yang di amati pada waktu siswa melakukan kelompok diskusi dapat diperoleh sebagai berikut :

Penjelasan kategori nilai :

A : 50 – 59 Sangat baik

B : 40 – 49 Baik

C : 30 – 39 Cukup

D : 20 – 29 Kurang baik

E : 10 – 19 Sangat kurang

Skor tiap item ditentukan oleh :

A. sangat baik dengan skor 5

B. baik dengan skor 4

- C. cukup dengan skor 3
- D. kurang dengan skor 2
- E. sangat kurang dengan skor 1

Hasil pengamatan diskusi kelompok pada siklus I dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3. distribusi pengamatan diskusi kelompok siklus I

No.	Kelas interval	F	%
1.	10 – 19	-	-
2.	20 – 29	1	2,5%
3.	30 – 39	3	7,5%
4.	40 – 49	15	42,5%
5.	50 – 59	17	47,5%
	JUMLAH	36	100%

Sangat baik : 17, Baik = 15 Cukup = 3 Kurang = 1

Maka rata – rata siswa :

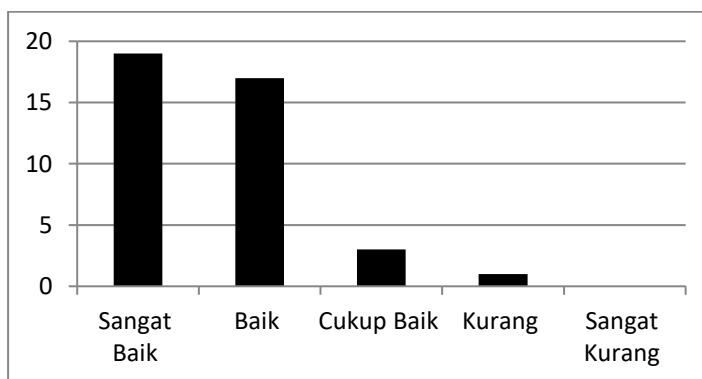
$$\frac{17 \times 5 + 15 \times 4 + 3 \times 3 + 1 \times 2}{36} = 4,35$$

Nilai pengamatan pada komponen kerja kelompok pada Siklus I diperoleh 4,35

Berdasarkan komponen data diatas dapat diketahui sebagai berikut :

1. Siswa yang mendapat kategori sangat baik ada 17 siswa dengan prosentase 47,5%
2. Siswa yang mendapat kategori baik ada 15 siswa dengan prosentase 42,5%
3. Siswa yang mendapat kategori cukup ada 3 siswa dengan prosentase 7,5%
4. Siswa yang mendapat kategori kurang ada 1 siswa dengan prosentase 2,5%

Nilai pengamatan pada komponen kerja kelompok pada siklus I diperoleh 4,35 maka apabila dikualifikasikan menjadi kategori B atau Baik untuk mengetahui lebih jelasnya posisi distribusi nilai hasil pengamatan diskusi pada siklus pertama dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Gambar 3. Kegiatan diskusi siklus I

Hasil pengamatan angket minat siswa

Berdasarkan angket yang diisi para siswa maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Penjelasan kategori nilai di lampiran :

Skor tiap item ditentukan :

- a. Selalu berminat diberi skor 4
- b. Sering berminat diberi skor 3
- c. Kadang berminat diberi skor 2
- d. Tidak pernah berminat diberi skor 1

Sedangkan klasifikasi minat belajar siswa adalah sebagai berikut :

- a. Minat Rendah : Siswa digolongkan mempunyai minat rendah terhadap pelajaran, apabila skor minat belajar yang dicapai antara 35 sampai dengan 44
- b. Minat Sedang : Siswa digolongkan mempunyai minat sedang terhadap pelajaran, apabila skor minat belajar yang dicapai antara 45 sampai dengan 54
- c. Minat Tinggi : Siswa digolongkan mempunyai minat tinggi terhadap pelajaran, apabila skor minat belajar yang dicapai antara 55 sampai dengan 64

Strategi penerapan kegiatan praktik pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai cara sebagai berikut :

Mengikuti kegiatan lomba yang diadakan baik di tingkat sekolah, Kabupaten, Propinsi, maupun di Tingkat Nasional.

**Tabel 4. Daftar peserta lks mata lomba pemasaran daring
Propinsi jawa tengah ke 30 tahun 2022**

NO	NAMA	NAMA SMK	KABUPATEN
1	ADINDA ANANDITA	SMK NEGERI 6 SURAKARTA	KOTA SURAKARTA
2	ADITI TRI UTAMI	SMK NEGERI 1 WONOGIRI	WONOGIRI
3	ALIN HARLINAWATI	SMK KOMPUTAMA MAJENANG	CILACAP
4	AMELIA ANANDA PUTRI	SMK N 1 KARANGANYAR,	KARANGANYAR
5	ANNISA LARAS RAHAYU	SMKN 1 BAWANG	BANJARNEGARA
6	ARIFA MUMTAZA	SMK PGRI KOTA TEGAL,	KOTA TEGAL
7	ARNES DWI KURNIA PUTRI	SMK NEGERI 1 PATI	KABUPATEN PATI
8	AULIA SALSABILA JASICA JASWADI	SMK NEGERI 1 CEPU, BLORA	BLORA
9	AYU NIRMALASARI	SMK NEGERI 1 PURWODADI	GROBOGAN
10	DEVINTA MAYA RIZKY	SMK YAYASAN PHARMASI	KOTA SEMARANG
11	ENDANG DWIYANTI	SMK NEGERI 1 PURBALINGGA,	PURBALINGGA
12	EVA HARIYANI	SMK NEGERI 1 SALATIGA	KOTA SALATIGA
13	FITRIA AMANDA FINISIA	SMKN 1 SRAGEN	SRAGEN
14	ISTIQOMAH NUR ANDINI	SMKN 1 PEDAN	KLATEN
15	KHAILA KURNIA DEWI	SMK NEGERI 2 MAGELANG	KOTA MAGELANG

16	LUVEN VITALIS HERAWATI	SMKN 1 AMBAL,	KEBUMEN
17	MAULA HIDAYATUL AWALINA	SMKN 1 PURWOKERTO,	BANYUMAS
18	MEIFA DEVIA	SMK NEGERI 1 BATANG	BATANG
19	MILA AGUSTININGRUM	SMKN 1 BREBES	BREBES
20	MUHAMMAD ROZZAN ALBELYAN WIDHOH	SMK BHAKTI KUDUS	KUDUS
21	NAIYA HERMAYANTI	SMKN 1 DEMAK	DEMAK
22	NANDA RIZQY MAULIDA	SMK NEGERI 1 SLAWI	TEGAL
23	REYNA PRITA RETHASARI	SMK NEGERI 2 PURWOREJO	PURWOREJO
24	RINI WIDIASTUTI	SMK NEGERI 1 NGABLAK	MAGELANG
25	SANTI MAULINA MIRATUSSHOLIKHAH	SMK NEGERI 3 JEPARA	JEPARA
26	TANIA FEBRIYANTI AZIZAH	SMK NEGERI 3 SUKOHARJO	SUKOHARJO
27	TIARA NUR FATIKAH	SMK N 1 KENDAL	KENDAL
28	WAHYU MUTIA NANDIKA	SMKN 1 BOYOLALI	BOYOLALI
29	WINARTI	SMK NEGERI 2 PEKALONGAN	KOTA PEKALONGAN
30	WINDA SAENI	SMK N 1 PEMALANG	PEMALANG

Tabel 5. Daftar pembimbing lks mata lomba pemasaran daring Propinsi jawa tengah ke 30 tahun 2022

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	TEMPAT LAHIR	TANGGAL LAHIR
1	ANING RETNO WULANDARI, SE	Perempuan	Sukoharjo	06-12-1983
2	BADIAH, SE	Perempuan	KAB. SEMARANG	06-03-1985
3	DEVI NANDITYA LAKSMI	Perempuan	Magelang	17-07-1994
4	Dra. SRI WAHYUNI, M.Pd.	Perempuan	KENDAL	11-10-1964
5	DULADI,S.Pd	Laki-laki	KAB.BREBES	18-05-1985
6	EkaOktavianiWidiastuti, S.Pd	Perempuan	Purworejo	28-10-1996
7	Ema FaridaPurwaningtyas	Perempuan	Pacitan	09-07-1982
8	FARIDA KURNIATI, SE	Perempuan	Purwokerto	21-02-1979
9	FITRI AENAL MARZUQOH, S.A.B	Perempuan	CILACAP	22-02-1995
10	Indah Amelia, S.Pd	Perempuan	Tegal	28-05-1997
11	LaelatuNurKhotimah, S.Pd	Perempuan	LaelatuNurKhotim ah, S.Pd	28-01-1998

12	Lis Setyowati, S.E.	Perempuan	Semarang	01-10-1971
13	Lismin Ida Afriyani, S.E	Perempuan	Brebes	10-04-1978
14	MurniKhoirinaPutri, S.Pd.	Perempuan	Bojonegoro	01-07-1994
15	NiniekMargianti, S.E	Perempuan	Banjarnegara	10-09-1976
16	NurLatifah, S.Si	Perempuan	KEDIRI	12-01-1982
17	PIPIK ERNAWATI, S.A.B	Perempuan	BOYOLALI	10-12-1983
18	RirisKhuzaemah.S.Pd	Perempuan	Wonogiri	10-09-1974
19	Salafudin	Laki-laki	Pekalongan	10-10-1970
20	SANTI NINGSIH, S. E.	Perempuan	Kab. Pati	19-11-1997
21	SatriyoDendyPrakoso	Laki-laki	Sragen	12-08-1987
22	SlametSuparman, SPd	Laki-laki	Purbalingga	11-05-1976
23	Sudaryoko, SE	Laki-laki	Karanganyar	14-06-1966
24	Sudikno Al Hakim, SE	Laki-laki	KLATEN	06-09-1977
25	SuryoSuwanditho, S.Pd.	Laki-laki	Salatiga	19-11-1978
26	Tri DianaMustikawati	Perempuan	Grobogan	18-03-1973
27	Tri Isnawati, S.Pd.	Perempuan	Semarang	03-01-1966
28	TUNFADILAH, S.Pd	Perempuan	Pemalang	24-04-1967
29	UMI HANIK	Perempuan	KUDUS	07-07-1987
30	ZAENAL ABIDIN, S.E, M.M	Laki-laki	Demak	23-05-1994

Peringkat yang diperoleh siswa pada saat mengikuti lomba LKS Tingkat Propinsi tahun 2022 adalah :

8 Pemasaran Daring (Marketing Online)

Tabel 6. 100 Scale Marks Lks Smk XXX Tingkat Provinsi Jawa Tengah Tahun 2022

Name	Member	Total
MeifaDevia	Batang	92.00
Luven Vitalis	Kebumen	91.33
Wahyu Mutia	Boyolali	89.67
Tiara Nur	Kendal	88.66
Nanda Rizqy	Tegal	88.00
Santi Maulina	Jepara	87.67
KhaliaKurnia	Kota Magelang	87.66
Maula Hidayatul	Banyumas	87.66
Amelia Ananda	Karanganyar	87.33
WinartiWinarti	Kota Pekalongan	87.33
AnnisaLaras	Banjarnegara	86.33
Fitria Amanda	Sragen	85.00

AdindaAnandita	Kota Surakarta	84.67
Istiqomah Nur	Klaten	84.66
EndangDwiyanti	Purbalingga	82.33
Rini Widiastuti	Magelang	82.33
Eva Hariyani	Kota Salatiga	81.66
Mila Agustiningrum	Brebes	81.00
Ayu Nirmalasari	Grobogan	79.33
Devinta Maya	Kota Semarang	79.33
WindaSaeni	Pemalang	78.66
AuliaSalsabila	Blora	78.00
Alin Harlinawati	Cilacap	77.00
Muhammad Rozzan	Kudus	77.00
NaiyaHermayanti	Demak	77.00
Tania Febriyanti	Sukoharjo	77.00
ArnesDwi	Pati	76.33
Aditi Tri	Wonogiri	75.66
Reyna Prita	Purworejo	75.00
Arifa Mumtaza	Kota Tegal	67.00

Berdasarkan tabel peringkat di atas, sekolah kami diwakili oleh ananda Winda Saeni telah menduduki peringkat ke 21 dari sejumlah peserta sebanyak 30 anak. Menurut Kotler dan Amstrong (2017), produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Sedangkan menurut Porter (2020), keunggulan suatu produk agar dapat diterima dan bertahan di pasar ditentukan oleh ciri khas atau keunikan produk tersebut dibandingkan dengan produk lain yang ada di pasar. Hakimah (2015), Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Berbasis Manajemen Pemasaran Retail Studi pada Pedagang Retail Anggota UMKM Kota Kediri. Dengan hasil bahwa semua kinerja strategi 7T (ketepatan produk, ketepatan waktu, ketepatan tempat, ketepatan harga, ketepatan kuantitas, ketepatan kualitas dan ketepatan pelayanan penjualan yang dilakukan oleh para pedagang ritel anggota UMKM Kota Kediri di pasar induk tradisional sudah diatas harapan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang tersebut sudah mempunyai pemahaman bahwa konsumen adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik-baiknya sehingga mereka puas dan akan menjadi pelanggan mereka sehingga pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain (word of mouth) dan pembelian ulang (purchase intention). Dewi (2014), Pengaruh Online Store Beliefs melalui Browsing terhadap Impulse Buying pada Toko Online (Studi pada Lazada.co.id). Dengan hasil bahwa variasi pembelian secara impulsif (impulse buying) pada diri seorang konsumen dipengaruhi secara tidak langsung oleh online store beliefs dan secara langsung oleh browsing, sehingga browsing mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan impulse buying.

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa ada 14 siswa yang mendapat nilai

diantas kriteria ketuntasan minimal sebanyak 36,84%, dan 24 siswa yang mendapat nilai dibawah kriteria ketuntasan minimal sebanyak 63,16%. Sedangkan jumlah nilai seluruhnya 265 dan jumlah siswa 38 anak, maka diperoleh rata – rata 6,97 sehingga belum mencapai kriteria ketuntasan minimal yaitu 7,5.

Nilai pengamatan pada komponen kerja kelompok pada siklus I diperoleh 4,35 maka apabila dikualifikasikan menjadi kategori B atau Baik untuk mengetahui lebih jelasnya posisi distribusi nilai hasil pengamatan diskusi pada siklus pertama.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong (2017). *Menerapkan Keselamatan, Kesehatan, Keamanan Dan Lingkungan Hidup (K3L)*. Bandung: Armico.
- Dewi (2014). Analisis SOAR pada Strategi Pemasaran di Industri Jasa Finance. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 6(1), 27-33.
- Dwi Harti, Puji Nuryati & Utami Hadiyati (2018). *Penataan Produk*. Surakarta : Putra Nugraha.
- Hakimah (2015). Strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT tanpa skala industri pada PT X di Jakarta. *Jurnal Manajemen industri dan logistik*, 1(2), 192-201.
- Liawilliyati. (2010 / 12 / 13). *Strategi-Pemasaran-Ritel-Terhadap-Kepuasan-dan- Loyalitas-Konsumen*.
- Nofriansyah, D., Jatiningrum, C., Siregar, M. N. H., Butarbutar, N., Abadi, S., Jamaludin, J., ... & Hutahaean, J. (2020). *Bisnis Online: Strategi dan Peluang Usaha*. Yayasan Kita Menulis.
- Nurul Mohammad. (2018). Evaluasi Penerapan E-Commerce Pada Perusahaan Distributor Pt. Panahmas Dwitama Distrindo Jember. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Articles*, 11(3), 1533-1541.
- Porter (2020). Penerapan Cost Reduction Strategies Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) Kota Bogor (Studi pada Anggota UMKM di Komunitas Kefir Bogor). *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 78-102.
- Setyobudi. (2018). *Pengelolaan Bisnis Ritel*. Yogyakarta : Andi.
- Sunyoto (2019). *Strategi Mengatasi Penurunan Daya Beli Konsumen Pada Toko Ritel Dengan Menggunakan E-Commerce Di Kota Bengkulu* (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno). C
- Wulan Widayati. (2013). *Pengelolaan Bisnis Ritel*. Surakarta : Putra Nugraha.