

LAPORAN KARYA TULIS ILMIAH

Karya Tulis Ilmiah Ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Kelulusan Kelas XII Di MAN 1 Bekasi

STRATEGI PENJUALAN MAKANAN SIAP SAJI KARYA SISWA
MADRASAH (STUDI KASUS MAN 1 Bekasi)



Disusun Oleh :

NAMA : Nurul Sukma Padila
NISN : 0057534924
KELAS : 12 IPS 1

KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BEKASI
MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 BEKASI
2023

HALAMAN PENGESAHAN

**Strategi Penjualan Makanan Siap Saji Karya Siswa
Madrasah (Studi Kasus MAN 1 Bekasi)**

Disusun Oleh :

NAMA : Nurul Sukma Padila
NISN : 0057534924
KELAS : XII IPS 1

Telah Diperiksa dan disetujui untuk disahkan sebagai Laporan Karya
Tulis Ilmiah Sebagai Salah Satu Syarat Kelulusan

Kelas XII di MAN 1 Bekasi

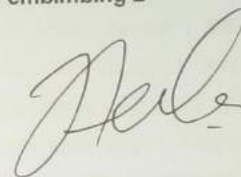
Bekasi, 27 Maret 2023

Pembimbing 1



Drs. Moh. Nasori
NIP. 196512091999031001

Pembimbing 2



Heri Herdianto S.Pd
NIP.198906302019031011

Mengetahui;

Kepala MAN 1 Bekasi



Drs. H. Amal Basyari
NIP.196502211992031003

Waka Bidang Kurikulum



Toyyib, S.Pd., M.Pfis
NIP.198012022005011008

STRATEGI PENJUALAN MAKANAN SIAP SAJI KARYA SISWA MADRASAH (STUDI KASUS MAN 1 Bekasi)

Nurul Sukma Padila

Padilan840@gmail.com

XII IPS 1

ABSTRAK

Persaingan dalam berjualan di madrasah sangat ketat bahkan untuk menaruh harga sangat miris, sampai bisa berkeliranan di jam pelajaran saat jam kosong hanya untuk berjualan sehingga banyaknya pelajaran yang tertinggal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan instrumen penyebaran angket. Angket disebar kepada sejumlah 10 responden kelas 12 IPS 1 di Madrasah Aliyah Negeri 1 Bekasi. Hasil dari angket akan dianalisis secara kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Siswa Man 1 Bekasi cenderung banyak menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram. Penggunaan media sosial ini dirasakan oleh siswa yang berjualan sangat memudahkan dalam memasarkan jualan mereka. Makanan yang mereka jual, dikemas dengan kemasan yang menarik, sehingga membuat pembeli tertarik untuk membeli jualan mereka. Strategi penjualan makanan siap saji yang digunakan oleh siswa MAN 1 Bekasi, ada 2. Yang pertama, Strategi yang memanfaatkan teknologi seperti media sosial. Siswa diharapkan dapat mulai meningkatkan ide kreativitas dalam bidang kewirausahaan, yang mampu mengolah potensi yang ada pada diri mereka sendiri.

Kata Kunci: Strategi, penjualan, makanan siap saji

ABSTRACT

The competition in selling at madrasas is very tight, even to put a very sad price, to the point where you can hang around during class hours when it's empty just to sell so many lessons are left behind. This study used a qualitative method with a questionnaire distribution instrument. Questionnaires were distributed to a number of 10 respondents in class 12 IPS 1 at Madrasah Aliyah Negeri 1 Bekasi. The results of the questionnaire will be analyzed qualitatively. The results of this study are that Man 1 Bekasi students tend to use social media a lot such as WhatsApp and Instragram. The use of social media is felt by students who sell very easily in marketing their sales. The food they sell is packaged in attractive packaging, so that buyers are interested in buying what they sell. There are 2 strategies for selling ready-to-eat food used by students of MAN 1 Bekasi. The first is a strategy that utilizes technology such as social media. Students are expected to be able to start increasing creative ideas in the field of entrepreneurship, which are able to cultivate the potential that exists in themselves.

Keywords: *Strategy, sales, fast food*

A. Pendahuluan

Kebutuhan pangan sangat penting bagi kehidupan manusia. Pangan adalah segala bahan yang kita makan atau masuk ke dalam tubuh yang membentuk atau mengganti jaringan tubuh, memberikan tenaga, atau mengatur semua proses dalam tubuh. Makanan berfungsi sebagai kendaraan untuk membawa nutrisi ke dalam tubuh. Nutrisi merupakan zat yang diperoleh dari makanan yang penting untuk memelihara dan membatu pertumbuhan (Billah, 2020, p. 15) Di masa lampau, masyarakat terbiasa dengan makanan tradisional. Makanan tradisional terbentuk oleh proses perkembangan yang berjalan bertahun-tahun, yakni proses penyesuaian antara makanan yang kita konsumsi dengan jenis-jenis bahan makanan yang ada serta bentuk aktivitas yang dijalankan masyarakat setempat. Pada zaman modern ini pilihan akan makanan sudah beragam. Perkembangan zaman telah membuat masyarakat pada saat ini lebih memilih untuk bersikap hidup praktis dengan memilih makanan yang mudah disajikan tetapi tetap terjaga cita rasa dan kesehatannya. Salah satu alternatif yaitu memilih untuk makan makanan cepat saji (fast food) yang sekarang sudah menjadi fenomena makanan yang cukup potensial dan diakui keberadaannya oleh masyarakat. Karena sudah malas memasak, orang akan cenderung membeli makanan cepat saji (Daulay, 2014, p. 14).

Hal itu pula yang menyebabkan siswa MAN 1 Bekasi berinisiat menjual makanan cepat saji di lingkungan madrasah. persaingan dalam berjualan di madrasah sangat ketat bahkan untuk menaruh harga sangat miris, sampai bisa berkeliaran di jam pelajaran saat jam kosong hanya untuk berjualan sehingga banyaknya pelajaran yang tertinggal. menurut (Wahyudi, 1996 , p. 3) persaingan ialah inti dari keberhasilan atau kegagalan dan persaingan menentukan ketetapan aktivitas perdagangan yang mendukung kinerjanya seperti inovasi atau pelaksanaan yang baik mulai dari harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

Dari hal tersebut sikap kewirausahaan sangat penting di miliki oleh siswa. Kewirausahaan adalah orang yang mempunyai (semangat, jiwa nalar, institusi dan kompetisi) untuk berbisnis, riks taker (mengambil resiko). Berani berinvestasi berani rugi dalam memperoleh keuntungan (gambling) dan berani melakukan perubahan dengan cepat dan besar apabila memang dibutuhkan untuk menciptakan kemampuan setiap saat (Heflin, 2011) dalam memperoleh keuntungan juga perlu melakukan perubahan yang cepat karena dibutuhkan untuk inovasi yang baru untuk menciptakan kemajuan pada setiap saat.

Dengan adanya perdagangan online anak remaja dapat membuka peluang besar untuk mencari uang dengan menggunakan motivasi dan ide Yang dapat menghasilkan uang sendiri. Dan bagi kalangan yang sudah berumur atau dewasa berjualan online bisa menjadi pekerjaan sampingan dengan mendapatkan uang tambahan dari berjualan online. Siapapun dapat mengeluarkan ide-ide kreativitas mereka dalam mengolah makanan siap saji, mulai dari makanan tradisional yang dimodifikasi atau munculnya beragam makanan unik lainnya yang dapat menambah cita rasa kita terhadap makanan produk lokal, sehingga meningkatkan cita rasa yang di peroleh di setiap makanan.

Berdasarkan uraian di atas diperlukan sikap jiwa kewirausahaan pada siapapun mulai dari anak sekolah bahkan lansia dapat memperoleh usaha yang ada dan dapat mempermudah siapapun untuk berdagang apalagi para pelajar yang masih duduk di bangku sekolah untuk menimbulkan sifat kemandirian dalam diri sendiri.

Hal tersebut memudahkan siswa membuka berdagang berbasis online yang dapat menghasilkan uang sendiri. Oleh karena itu saya tertarik meneliti tentang strategi penjualan makanan siap saji karya siswa madrasah (studi kasus siswa MAN 1 Bekasi yang berjualan di sekolah) karena saya yakin bahwa anak anak yang bersekolah di MAN 1 Bekasi

ini sangat berkualitas, bukan hanya dari segi ekstrakurikuler nya saja tetapi mereka juga mempunyai kesenian dalam bidang kewirausahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan di atas, di dapatkan rumusan masalah yang akan di bahas dalam karya tulis ilmiah ini adalah, Bagaimana startegi penjualan makanan siap saji karya siswa madrasah, dan apa manfaat siswa mempunyai minat dalam berjualan makanan siap saji. Tujuan dari karya tulis ilmiah ini adalah untuk mengetahui manfaat siswa mempunyai minat dalam berjualan makanan siap saji dan untuk mengetahui bagaimana strategi penjualan makanan siap saji dalam karya siswa madrasah. Manfaat penelitian ini secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan upaya terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan khususnya pada siswa madrasah dan di harapkan dapat memperkaya kajian yang bermanfaat terutama pada bidang kewirausahaan.

Secara praktis hasil penderitaan ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dalam mengembangkan ilmu pemasaran khususnya ilmu kewirausahaan dalam lingkungan madrasah dan untuk membantu siswa agar meningkatkan kemampuan kreativitas dalam berdagang pada lingkungan sekolah khususnya dalam maupun luar serta untuk memberikan dorongan bagi para siswa agar tetap bersemangat dalam melestarikan produktivitas dalam berdagang di lingkungan madrasah dan bagi generasi muda masa kini tentunya dapat menambah rasa bangga dan cintanya pada diri sendiri dengan menghasilkan uang dengan keringatnya sendiri

B. Kajian teori

a. Strategi

Strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar, dan strategi penentuan posisi pasar (Wibowo, 2015, pp. 60-61) Ketiga strategi tersebut adalah kunci di dalam manajemen pemasaran:

1) Strategi Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, ataupun, perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Atau dengan kata lain segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda. Segmentasi pasar adalah proses menempatkan konsumen dalam sub kelompok di pasar produk, sehingga para pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan (Setiadi, 2003 , p. 55).

2) Strategi Penentuan Pasar Sasaran.

Yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal, dan jika terbukti berhasil, maka mereka menambah segmen dan kemudian memperluas secara vertikal atau secara horizontal. Dalam menelaah pasar sasaran harus mengevaluasi dengan menelaah tiga faktor (Husein, 2000, p. 46)

a. Ukuran dan pertumbuhan segmen

b. Kemenarikan struktural segmen

c. Sasaran dan sumber daya

3) Strategi Penentuan Pasar Sasaran

Penentuan posisi pasar (positioning) adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. Menurut Philip Kotler, positioning adalah aktifitas mendesain citra dan memposisikan diri di benak konsumen. Sedangkan bagi Yoram Wind, positioning adalah bagaimana mendefinisikan identitas dan kepribadian perusahaan di benak pelanggan

b. Penjualan

Penjualan merupakan prosedur berdagang atau mekanisme jual beli di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya. Menurut peneliti penjualan online juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan “get and deliver” (Nafisa, 2021, p. 25) dengan seiring perkembangannya zaman, teknologi dapat mempermudah dalam hal apapun salah satunya dengan berjualan lewat online.

c. Makanan siap saji

Siap saji adalah istilah untuk makanan yang dapat disiapkan dan dilayankan dengan cepat. Sementara makanan apapun yang dapat disiapkan dengan segera dapat disebut makanan siap saji, biasanya istilah ini merujuk kepada makanan yang dijual di sebuah restoran atau toko dengan persiapan yang berkualitas rendah dan dilayankan kepada pelanggan dalam sebuah bentuk paket untuk dibawa pergi. Makanan cepat saji didefinisikan sebagai: Pertama, makanan disajikan dalam waktu singkat. Kedua, makanan yang bisa dikonsumsi dengan cepat.

b. Siswa

Peserta didik atau siswa-siswi adalah anak didik kata atau individu yang mengalami perubahan perkembangan sehingga masih memerlukan bimbingan dan arahan dalam membentuk kepribadian serta sebagai bagian dari struktural proses pendidikan. Peserta didik juga merupakan salah satu komponen penting dalam suatu proses pendidikan Islam. peserta didik artinya orang yang ikut serta dalam proses pendidikan yang di mana orang tersebut mengambil bagian dalam sistem atau jenis pendidikan tertentu untuk menumbuhkan dan mengembangkan dirinya (Mujib, 2010, p. 104)

C. Metode penelitian

1. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang tidak memerlukan kuantifikasi. Menurut John W. Creswell dalam buku research design, penelitian kualitatif merupakan :“ metode penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis metode untuk mendeskripsikan, mengeksplorasi dan memahami pada makna yang oleh sejumlah individu sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dan partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Siapapun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan” (W.John, 2013, pp. 4-5)

2. Subyek penelitian

Wilayah penelitian yang dijadikan subjek penelitian adalah siswa-siswi MAN 1 Bekasi alasan pemilihan sekolah ini adalah untuk memperkenalkan dan menambahkan minat siswa-siswi dalam jiwa kewirausahaan, Dan dengan memperkenalkannya ilmu kewirausahaan pada anak-anak siswa-siswi MAN 1 Bekasi dapat mengembangkan potensi yang selama ini terpendam dalam diri masing-masing.

3. Teknik dan alat pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara mendalam (indept interview)

Wawancara, dalam bahasa Inggris disebut interview, berasal dari kata inter dan videre yang berarti melihat. Untuk itu, wawancara dapat diartikan sebagai tanya jawab secara lisan dengan tujuan publikasi(<https://www.detik.com/bali/berita/d-6381816/wawancara-adalah-jenis-teknik-tujuan-dan-langkah-langkah>, diakses pada 08 Maret, pukul 09.56 WIB).

b. Angket

Angket digunakan sebagai alat pengumpul data dengan menjawab beberapa pertanyaan yang dinyatakan dalam rumusan masalah di atas. Penulis menyiapkan pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti. Angket ini, akan disajikan melalui google formulir yang nantinya akan disebar kepada sejumlah 30 responden yang terdiri dari siswa siswi.

4. Rencana analisis data

Pengumpulan data dengan analisis data, pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Reduksi data adalah upaya menyimpulkan data, kemudian memilah-milah data dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu. Yang dimana ada beberapa bagian berupa (1) memahami pengertian analisis data (2) analisis ketika pengumpulan data (3) reduksi data (4) penyajian data (5) penarikan kesimpulan dan verifikasi (Ahmad, 2018, p. 84).

D. Pembahasan

a. Strategi

Strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar, dan strategi penentuan posisi pasar. (Dimas hendika Wibowo, 2015:61). Ketiga strategi tersebut adalah kunci di dalam manajemen pemasaran:

1) Strategi Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, ataupun, perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Atau dengan kata lain segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda. Segmentasi pasar adalah proses menempatkan konsumen dalam sub kelompok di pasar produk, sehingga para pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan. (Setiadi. 2003:55)

2) Strategi Penentuan Pasar Sasaran.

Yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal, dan jika terbukti berhasil, maka mereka menambah segmen dan kemudian memperluas secara vertikal atau secara horizontal. Dalam menelaah pasar sasaran harus mengevaluasi dengan menelaah tiga faktor (Umar, 2001:46):

- a. Ukuran dan pertumbuhan segmen
- b. Kemenarikan struktural segmen
- c. Sasaran dan sumber daya

3) Strategi Penentuan Pasar Sasaran

Penentuan posisi pasar (positioning) adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. Menurut Philip Kotler, positioning adalah aktifitas mendesain citra dan memposisikan diri di benak konsumen. Sedangkan bagi Yoram Wind, positioning adalah bagaimana mendefinisikan identitas dan kepribadian perusahaan di benak pelanggan.

b. Penjualan

Penjualan merupakan prosedur berdagang atau mekanisme jual beli di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya. Menurut peneliti penjualan online juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan “get and deliver” (Lailatun Nafisa, 2021:25). Berjualan itu tidak harus hanya berdiam di satu tempat saja dengan seiring perkembangannya zaman teknologi menjadi semakin pesat dan dapat mempermudah dalam hal apa pun salah satunya dengan penjualan lewat online.

Penjualan juga dapat diartikan sebagai suatu proses pemenuhan kebutuhan penjual dan pembeli melalui tunai dan kredit. Hal ini merupakan salah satu ukuran apakah suatu bisnis dapat berjalan dengan lancar atau tidak. Jika banyak kegiatan penjualan, berarti banyak pelanggan yang membutuhkan barang atau jasa untuk dijual. Bila terjadi sebaliknya, berarti produk tersebut memiliki cacat atau perusahaan mungkin tidak menargetkan pasar yang tepat. Oleh karena itu, penjualan juga dapat menjadi bahan perbandingan dalam penilaian bisnis, karena informasi ini memberikan informasi yang akurat tentang kondisi produk atau jasa di pasar.

c. Makanan siap saji

Siap saji adalah istilah untuk makanan yang dapat disiapkan dan dilayankan dengan cepat. Sementara makanan apapun yang dapat disiapkan dengan segera dapat disebut makanan siap saji, biasanya istilah ini merujuk kepada makanan yang dijual di sebuah restoran atau toko dengan persiapan yang berkualitas rendah dan dilayankan kepada pelanggan dalam sebuah bentuk paket untuk dibawa pergi.

Makanan cepat saji didefinisikan sebagai: Pertama, makanan disajikan dalam waktu singkat. Kedua, makanan yang bisa dikonsumsi dengan cepat. Keunggulan dari makanan siap saji adalah penyajian yang cepat sehingga hemat waktu dan dapat disajikan kapanpun dimanapun, tempat penyajian dan penyajian yang higienis, makanan yang disegani, makanan modern dan makanan gaul anak muda. Makanan cepat saji adalah makanan yang dikemas, mudah disajikan, nyaman atau mudah disiapkan. Makanan ini biasanya diproduksi dengan cara yang sangat berteknologi dalam industri makanan dan mengandung berbagai bahan tambahan yang memberi rasa pada produk dan mengawetkannya.

d. Siswa

Peserta didik atau siswa-siswi adalah anak didik kata atau individu yang mengalami perubahan perkembangan sehingga masih memerlukan bimbingan dan arahan dalam membentuk kepribadian serta sebagai bagian dari struktural proses pendidikan. Peserta didik juga merupakan salah satu komponen penting dalam suatu proses pendidikan Islam. peserta didik artinya orang yang ikut serta dalam proses pendidikan yang di mana orang tersebut mengambil bagian dalam sistem atau jenis pendidikan tertentu untuk menumbuhkan dan mengembangkan dirinya (Mujib, 2010:104).

Siswa juga merupakan organisme unik yang berkembang sesuai dengan tingkat perkembangannya. Perkembangan seorang anak merupakan perkembangan seluruh bagian dari kepribadiannya, namun kecepatan dan kecepatan perkembangan anak dalam segala aspek tidak selalu sama. Hal yang sama juga dapat disebut sebagai sekelompok orang dengan usia tertentu yang belajar baik secara berkelompok maupun secara individu. Peserta didik juga dapat disebut sebagai pembelajar atau murid, ketika kita berbicara tentang siswa maka pikiran kita tertuju pada lingkungan sekolah, baik sekolah dasar maupun sekolah menengah.

e. Strategi penjualan makanan siap saji karya siswa madrasah

MAN 1 Bekasi mengizinkan siswa berwirausaha terutama di bidang kuliner salah satunya menjual makanan siap saji dengan tujuan siswa dapat mengembangkan kemampuan kewirausahaan. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar dan diisi oleh sejumlah 10 responden. Didapatkan analisis dari studi kuesioner bahwa strategi pemasaran adalah strategi yang tepat untuk melindungi segmen pasar karena dengan adanya sebuah strategi dapat meningkatkan efisien dan nilai tambah kepada pembeli dan berpengaruh mengenai tindakan sebuah program pemasaran produk pada lingkup madrasah.

Strategi penjualan dapat berupa penawaran langsung terhadap konsumen atau pemasaran melalui media social. Hal ini dapat lebih efektif menjangkau konsumen dari dalam madrasah atau dari luar madrasah, mengingat siswa madrasah cenderung menjual dan mempromosikan makanan siap saji.

Siswa Man 1 Bekasi cenderung banyak menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instragram. Penggunaan media sosial ini dirasakan oleh siswa yang berjualan sangat memudahkan dalam memasarkan jualan mereka. Makanan yang mereka jual, dikemas dengan kemasan yang menarik, sehingga membuat pembeli tertarik untuk membeli jualan mereka.

Strategi dagang lainnya yang mereka gunakan adalah menawarkan langsung dari kelas yang satu ke kelas yang lain. Karena tidak semua siswa aktif di media sosial, sehingga siswa yg berjualan berinisiatif untuk datang dari kelas yang satu ke kelas yang lain, dari strategi ini keuntungan yang mereka dapat juga bisa lebih banyak.

f. Manfaat Siswa Mempunyai Minat Dalam Berjualan Makanan Siap Saji

Siswa yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan dapat mengembangkan potensi yang ada pada diri mereka salah satunya dalam bidang berjualan makanan siap saji, dengan adanya Siswa yang berjualan makanan siap saji dapat memperoleh keuntungan baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain.

Manfaat yang di peroleh untuk diri sendiri, adanya penghasilan lebih dari modal yang di keluarkan. Dari kelebihan itu tidak hanya menghasilkan uang untuk menambah uang jajan saja, tetapi juga bisa menambah kreatifitas berupa produk baru, strategi penjualan baru, dan wawasan baru. Siswa juga merasa senang berjualan, bisa membantu siswa yg lain karena ada beberapa siswa yang tidak sempat membawa bekal dari rumah dapat membeli makanan yang tersedia dari siswa yang berjualan makanan siap saji.

Dan manfaat bagi orang lain adalah mempermudah Untuk mencari makanan, zaman sekarang ini banyak orang yang sibuk dalam hal pribadi bahkan untuk berbelanja bahan makanan saja tidak sempat Oleh karena itu dengan adanya makanan siap saji dapat menjadi jalan pintas yang tepat dikala tidak ada waktu untuk memasak.

E. Penutup

a. Kesimpulan

Strategi penjualan makanan siap saji yang digunakan oleh siswa MAN 1 Bekasi, ada 2. Yang pertama, Strategi yang memanfaatkan teknologi seperti media sosial. Strategi ini memudahkan siswa untuk berjualan, karena hampir semua siswa menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram, setiap hari. Melalui media sosial siswa bisa mengemas jualan mereka dengan semenarik mungkin sampai bisa memikat para pelanggan karena keunikannya dalam memodifikasi makanan siap saji. Yang kedua, strategi berjualan dari kelas yang satu ke kelas yang lain. Walaupun media sosial sudah banyak digunakan oleh siswa, tapi tidak semua siswa selalu aktif media sosial, dengan strategi menjualkan dagangan dari kelas ke kelas ini, siswa bisa memperoleh keuntungan yang lumayan besar.

b. Saran

Siswa diharapkan dapat mulai meningkatkan ide kreativitas dalam bidang kewirausahaan, yang mampu mengolah potensi yang ada pada diri mereka sendiri. Serta mampu berkembang dan membuahkan hasil yang baik. Hal ini juga perlu mendapat dukungan dari orang tua, guru dan teman, memberi semangat untuk para siswa yang sedang berproses untuk maju.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Islam* .
- Billah, A. A. (2020). *Hubungan Konsumsi Makanan Cepat Saji Dengan Kejadian Obesitas Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Dokter Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Makassar Angkatan 2019*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Daulay, V. (2014). *Persepsi Konsumen Dalam Memilih Makanan Siap Saji* . Bengkulu : Universitas Bengkulu .
- Heflin. (2011). *Be An Entrepreneur (Jadilah seorang Wirausaha) Kajian Strategis Pengembangan Kewirausahaan* . Yogyakarta : Graha Ilmu .
- Husein, U. (2000). *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Mujib, A. (2010). *Ilmu Pendidikan Islam* . Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Nafisa, L. (2021). *Analisis Penjualan Kuliner Secara Online Melalui Aplikasi* . Bangil: LPPM STIE YADIKA.
- Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- W.John, C. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitaif, dan Mixed* . Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Wahyudi, A. (1996). *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Wibowo, D. H. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (studi pada batik diajeng solo). *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 29 Nomor 1*, 60-61.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1.

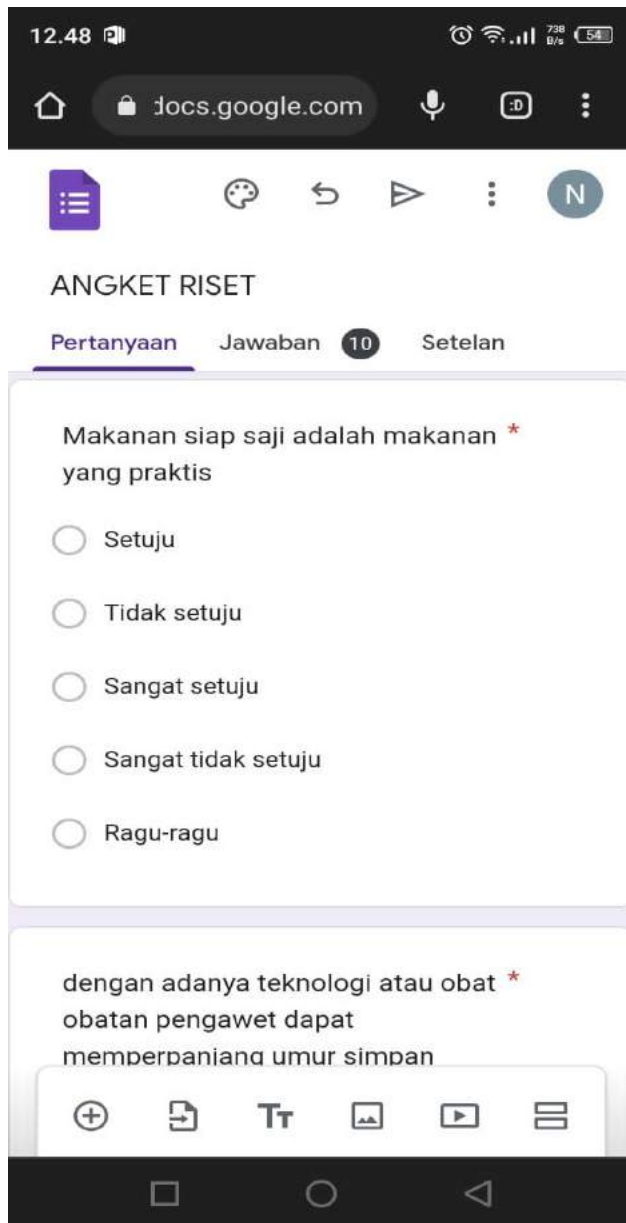
Pertanyaan

No	Pernyataan	Setuju	Tidak setuju	Sangat setuju	Sangat tidak setuju	Ragu-ragu
1.	Apakah kamu setuju dengan adanya strategi pemasaran.					
2.	Strategi pemasaran itu sangat penting dalam berjualan.					
3.	Sebuah strategi menjadi jawaban yang tepat untuk melindungi segmen pasar.					
4.	Strategi pemasaran ini berpengaruh mengenai tindakan program pemasaran dan produk pada sebuah pasar.					
5.	Dengan adanya strategi pemasaran ini dapat meningkatkan efisien dan nilai tambah kepada pelanggan.					
6.	Makanan siap saji sebagai jalan pintas yang tepat ketika tidak memiliki bahan makanan.					

7.	Makanan siap saji adalah makanan yang praktis.					
8.	Dengan adanya teknologi dan obat-obatan pengawet dapat memperpanjang umur simpan makanan.					
9.	Makanan siap saji ini mempunyai rasa yang unik.					
10.	Hampir seluruh masyarakat menyukai dengan adanya makanan siap saji.					

Lampiran 2

Google form



12.48 738 B/s 54

docs.google.com

ANGKET RISET

Pertanyaan Jawaban 10 Setelan

Makanan siap saji adalah makanan *
yang praktis

Setuju

Tidak setuju

Sangat setuju

Sangat tidak setuju

Ragu-ragu

dengan adanya teknologi atau obat *
obatan pengawet dapat
memperpanjang umur simpan

+

Tt

+

+

+

+

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdq-qkCsOtGWqmg2NYTnfjh1YsyF80EYJXD4r1KngN6taf83g/viewform?usp=sf_link

Lampiran 3

wawancara



Lampiran 4

Kartu Bimbingan

KARTU BIMBINGAN JURNAL MAN 1 BEKASI

Nama : *Muhammad Fauzan*
Kelas : *XII IPS*
Pembimbing I : *DR. NADIA*
Judul Jurnal : *Strategi Promosi Makanan Kip 201 Kaya Protein Madrasah*

No.	Hari/Tanggal	Deskripsi	Paraf Pembimbing
1.	15/02	Diry - Ingetur Pendahuluan	<i>[Signature]</i>
2.	16/02	Pendahuluan Kuliner	<i>[Signature]</i>
3.	28/02	Kuliner Pengolahan	<i>[Signature]</i>
4.	05/03	Platform kuliner	<i>[Signature]</i>
5.	07/03	Acc kuliner	<i>[Signature]</i>
6.	20/03	ACC KTI	<i>[Signature]</i>
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			