

## Kewirausahaan Pendidikan: Pengelolaan Raudhatul Jannah Mart Pada Lembaga Pendidikan

Dhiya Ulfah Fathin<sup>1</sup>, Rusi Rusmiati Aliyyah<sup>2</sup>,

Universitas Djuanda, Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Agama Islam Dan  
Pendidikan Guru

[ulfahfathin03@gmail.com](mailto:ulfahfathin03@gmail.com) [rusi.rusmiati@unida.ac.id](mailto:rusi.rusmiati@unida.ac.id)

---

---

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran RJ Mart yang berfokus pada pemahaman kebutuhan pelanggan di sekitar lingkungan sekolah. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Terdiri dari 15 responden yang dilaksanakan di SD IT Raudlatul Jannah yang bertepatan di jalan Veteran III RT03/RW 03, Banjar Wangi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuasi kualitatif. Analisis data dilakukan dengan pendekatan deduktif dan tematik menggunakan program NVivo 12 yang diperoleh empat tema utama: strategi, faktor pendukung, tantangan dan manfaat. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Melalui media sosial, program diskon, dan pemasangan banner sebagai alat utama mencapai target pemasaran, serta mengidentifikasi peran faktor pendukung seperti dukungan yayasan dan keterlibatan orang tua, guru, dan karyawan. Penelitian juga mengulas respons proaktif dan adaptasi efisien RJ Mart terhadap tantangan seperti perbedaan kebijakan dan perubahan tren. Dengan mengevaluasi manfaat yang diperoleh, seperti penghematan uang dan dampak positif pada pola makan, penelitian ini mengonfirmasi peran signifikan RJ Mart dalam mendukung komunitas pendidikan serta menyediakan wawasan strategis bagi kelangsungan RJ Mart.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan Pendidikan, Sekolah Dasar, RJ Mart.

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang semakin berkembang, peran wirausaha dalam dunia pendidikan menjadi semakin penting. RJ Mart, sebagai tokoh yang memiliki pengaruh dalam membangun jiwa wirausaha dalam konteks pendidikan, menjadi objek analisis yang menarik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merinci dan mengevaluasi karakteristik RJ Mart yang memainkan peran kunci dalam menggalang semangat kewirausahaan di dunia pendidikan. Kewirausahaan adalah tindakan, semangat, dan keterampilan untuk menghasilkan inovasi yang memiliki nilai tinggi dan memberikan manfaat baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

Pengembangan nilai-nilai kewirausahaan tidak hanya terjadi antara usahawan dan wiraswasta saja, namun sudah berkembang ke dunia pendidikan, dimana kewirausahaan juga diperlukan dalam kegiatannya. Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk membentuk manusia secara utuh (holistik), yang mempunyai karakter, pemahaman dan keterampilan sebagai wirausaha. Pada prinsipnya pendidikan kewirausahaan dapat diimplementasikan dengan kegiatan pendidikan di sekolah (Isrososiawan, 2013). RJ Mart tidak hanya menjadi bagian dari aktivitas ekonomi di lingkungan lembaga pendidikan, tetapi juga dapat membentuk semangat dari berwirausaha, memberikan solusi terhadap kebutuhan sehari-hari masyarakat sekolah. Pembelajaran tidak hanya dapat dilihat melalui pengembangan keterampilan diri, tetapi juga melibatkan pembangunan keterampilan untuk hidup berdampingan, berbaur dalam masyarakat, berbangsa, dan menjalani hubungan antargenerasi dengan semangat kebersamaan (Aliyyah & Abdurakhman, 2016). Penelitian ini akan melihat bagaimana pengelolaan RJ Mart yang menjadi inovatif dalam menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan, sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman belajar siswa.

RJ Mart, dengan pendekatan kewirausahaan yang unik, telah mengintegrasikan dirinya ke dalam dunia pendidikan dengan menggunakan media sosial secara strategis, program diskon, dan pemasangan banner sebagai instrumen utama dalam mencapai tujuan pemasaran mereka. Komunikasi pemasaran merupakan suatu sarana untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau merek yang dijualnya, baik secara langsung maupun tidak langsung (Chrismardani, 2014). Kebijakan penetapan harga juga sangat penting dalam pemasaran produk karena harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi suatu bisnis. Dengan demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa harga merupakan faktor penting untuk mempengaruhi konsumen dan bertahan dalam persaingan (Fadillah & Syarif, 2013). Salah satu cara untuk bersaing dengan pesaing Anda adalah melalui iklan. Dengan menjalankan promosi

yang tepat dan efektif, usaha Anda akan lebih dikenal masyarakat luas, menarik konsumen dan mempertahankan konsumen setia (Annisa & Dwi, 2018).

RJ Mart pada hakikatnya bukan sekedar entitas komersial yang beroperasi di sekitar institusi pendidikan, namun merupakan mitra aktif dalam mendukung misi pendidikan. Faktor pendukung, seperti dukungan dari yayasan dan keterlibatan orang tua, guru, dan karyawan, memainkan peran sentral dalam menentukan keberhasilan RJ Mart. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi terhadap ciri atau keistimewaan sebuah produk atau jasa. Kepuasan ini berasal oleh kualitas, pelayanan, dan nilai pelanggan (Imam, 2015). Adapun tantangan yang dihadapi dalam mengelola RJ Mart, seperti berbeda kebijakan, kurangnya konsumen dan perubahan tren. RJ Mart harus terus belajar dan mengembangkan kemampuan manajerialnya. Meskipun proses ini memerlukan waktu dan tenaga, ketika RJ Mart mampu menguasainya, pengelolaan bisnis menjadi jauh lebih efisien. Oleh karena itu, edukasi dan sosialisasi tentang perkembangan terkini dalam mengelola RJ Mart sangat diperlukan (Sari et al., 2020). Penelitian ini akan mengulas bagaimana kolaborasi erat antara RJ Mart dan pemangku kepentingan pendidikan mampu menciptakan lingkungan yang mendukung dan berkelanjutan. Meskipun RJ Mart menghadapi berbagai tantangan seperti perubahan tren, kebijakan yang berbeda dan kurangnya konsumen, RJ Mart tetap berusaha beradaptasi. Hal ini menunjukkan respon yang proaktif dan efektif terhadap dinamika yang berkembang, menunjukkan komitmen mereka untuk tetap relevan dalam menghadapi perubahan.

## **METODE PENELITIAN**

### **2.1 Desain Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuasi kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan dalam penyelesaian permasalahan yang sedang berlangsung secara objektif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif mengenai individu dan perilaku yang diamati, dalam bentuk kata-kata baik secara tertulis

maupun lisan (Wijaya et al., 2021). Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuasi kualitatif dan menggunakan desain penelitian yang sederhana. Pendekatan kuasi kualitatif dalam penelitian ini dipengaruhi oleh penggunaan dampak positif untuk mengemukakan teori (Raisya & Aliyyah, 2023). Pada tahap ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan skema *Simple Research Design* (SRD). SRD adalah desain penelitian yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mencerminkan temuan lapangan dengan menerapkan teori untuk mengatasi masalah. Prosedur penelitian SRD merujuk pada metode penelitian yang sederhana dilaksanakan dengan 5 langkah, yaitu : 1) Memilih konteks sosial dan menentukan pertanyaan penelitian (*social context and research queston*) 2) Melakukan tinjauan Pustaka 3) Melakukan metode penelitian dan pengumpulan data 4) Menganalisis data (analisis data) 5) Melaporkan hasil penelitian (Rizma & Aliyyah, 2023).

## 2.2 Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini adalah 15 responden yang terdiri dari kepala sekolah, pengelola RJ Mart, staf Tu, operator sekolah dan guru wali kelas di SD IT Raudlatul Jannah yang bertepatan di jalan Veteran III RT03/RW 03, Banjar Wangi, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Pada penelitian ini, informasi dikumpulkan melalui kuesioner. Profil responden terdiri dari jenis kelamin, lama mengajar dan menjabat, usia, golongan, dan tingkat pendidikan.

Profil Responden	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Perempuan	10	67
Laki-laki	5	33
<b>Usia</b>		
20 -30 Tahun	1	7
31-40 Tahun	6	40
41-50 Tahun	7	46
51-60 Tahun	1	7
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
Sarjana	15	100
Magister	0	0
Doktor	0	0

Lama Menjabat dan mengajar		
1-5 Tahun	5	33
6-10 Tahun	2	13
11-15 Tahun	5	33
16-20 Tahun	3	20

### 2.3 Pengumpulan Data

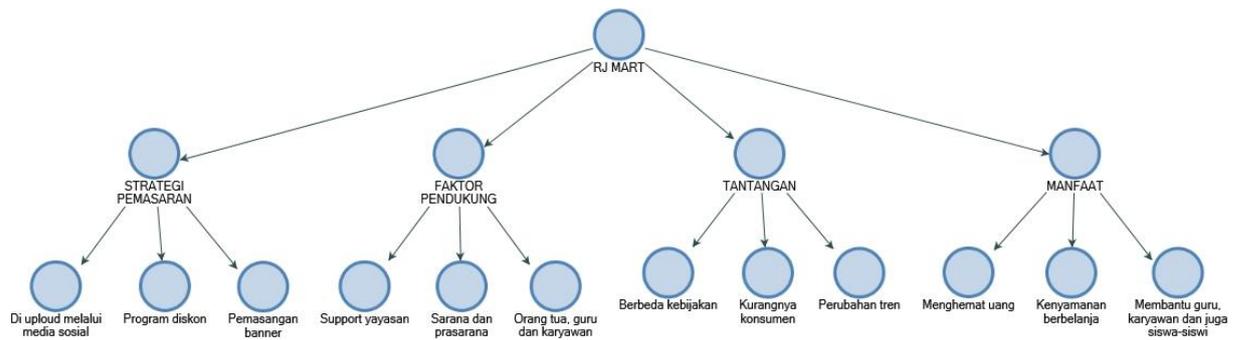
Peneliti mengumpulkan data melalui kuesioner untuk memperoleh wawasan mendalam tentang subjek penelitian. Kuisisioner terdiri dari serangkaian pertanyaan standar yang diisi oleh responden. Empat aspek ditanyakan dalam kuesioner: strategi, faktor pendukung, tantangan dan manfaat.

Pengisian kuesioner dilakukan selama 03 hari dimulai dsri tanggal 22 November 2023. Kuesioner yang jelas dan pertanyaan yang mudah dipahami dapat mempercepat proses pengisian. Waktu yang diberikan kepada responden juga perlu dipertimbangkan, dan peneliti harus memastikan bahwa batas waktu yang ditetapkan sesuai dengan kompleksitas kuesioner dan memberikan cukup waktu bagi responden untuk memberikan jawaban yang cermat. Selanjutnya jawaban dari semua responden di analisis dari masing-masing pertanyaan untuk dibuat *keywordnya*.

### 2.4 Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menerapkan pendekatan analisis deduktif dan tematik untuk mengenali, menilai dan membentuk tema. Program NVivo 12 memberikan kemudahan dalam proses pengodean dan kategorisasi penelitian. Informasi yang diperoleh dari hasil kuesioner kemudian dimasukkan ke dalam node, dan kasus disusun dalam kode tertentu. Peta tematik menampilkan struktur konsep yang terorganisir berdasarkan beragam tingkatan dan potensi interaksinya. Dalam proses ini, konsep-konsep dapat diperluas atau dikembangkan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Tim analisis berdiskusi tentang semua kode dan kategorisasi kemudian mengintegrasikannya secara saling terhubung untuk menyederhanakan setiap kode. Pendekatan deduktif memudahkan peneliti dalam

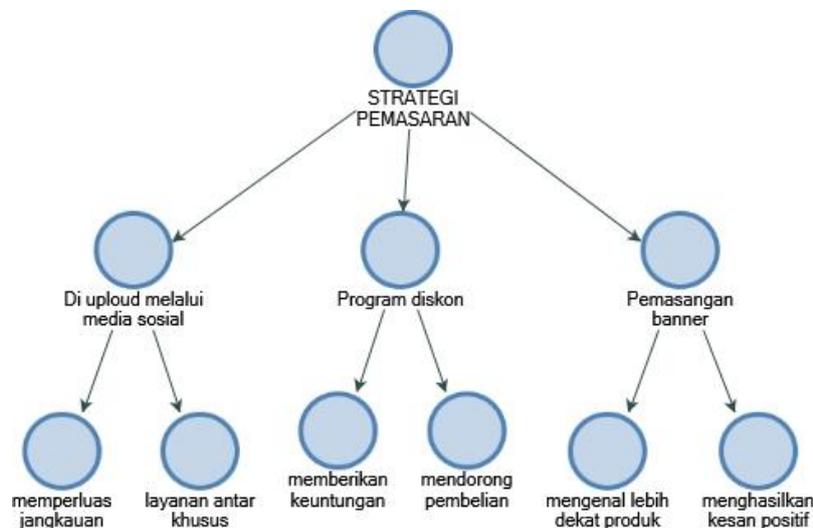
mengidentifikasi tema yang muncul dari tanggapan responden terhadap pertanyaan. (lihat Gambar 1).



## HASIL

### 2.5 Strategi Pemasaran

Tiga subtema strategi pemasaran dalam mengelola RJ Mart adalah yang pertama di unggah melalui media sosial, yang kedua program diskon dan yang ketiga pemasangan banner. Pada Gambar 2 menggambarkan strategi pemasaran dalam mengelola RJ Mart.



Gambar 2 Strategi pemasaran dalam mengelola RJ Mart

Strategi awal yang dilakukan dalam pemasaran yaitu dengan melibatkan pembuatan konten yang relevan dan menarik yang kemudian diupload di media sosial. Hal ini dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui interaksi di media social. Beberapa responden berkata:

*Kami mengunggah informasi terkini melalui media sosial, dengan strategi peningkatan sebelum pembaruan status. Kami mengoptimalkan persediaan berdasarkan kebutuhan, seperti survei harga bahan pokok seperti beras dan telur. Kami memastikan bahwa produk-produk yang kami jual memiliki harga yang kompetitif, sehingga kami langsung mempromosikannya. Awalnya, target kami adalah para guru dan karyawan untuk kebutuhan sembako, tetapi seiring berjalannya waktu, orang tua juga turut berbelanja di RJ Mart (Guru 2).*

*Dengan memasarkannya melalui status WhatsApp dan menyediakan layanan antar khusus bagi pelanggan yang melakukan pemesanan di wilayah sekolah, terutama di sekitar lingkungan SD (Guru 5).*

Kemudian, keberadaan program diskon dapat berperan sebagai strategi pemasaran yang efisien untuk meningkatkan volume penjualan dan menarik perhatian konsumen. Implementasi dalam program diskon dapat diarahkan pada berbagai aspek untuk mencapai hasil yang optimal. Beberapa responden berkata:

*Bisa dengan cara mempromosikan ke unit-unit, seperti melalui program diskon khusus atau penawaran paket bundling yang dapat memberikan keuntungan lebih kepada pelanggan. Dengan strategi promosi ini, kami berharap dapat semakin memperluas dampak positif dari layanan kami dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menguntungkan bagi para konsumen (Guru 7).*

*Menyelenggarakan program diskon, penawaran khusus, dan promosi musiman untuk mendorong pembelian (Guru 14).*

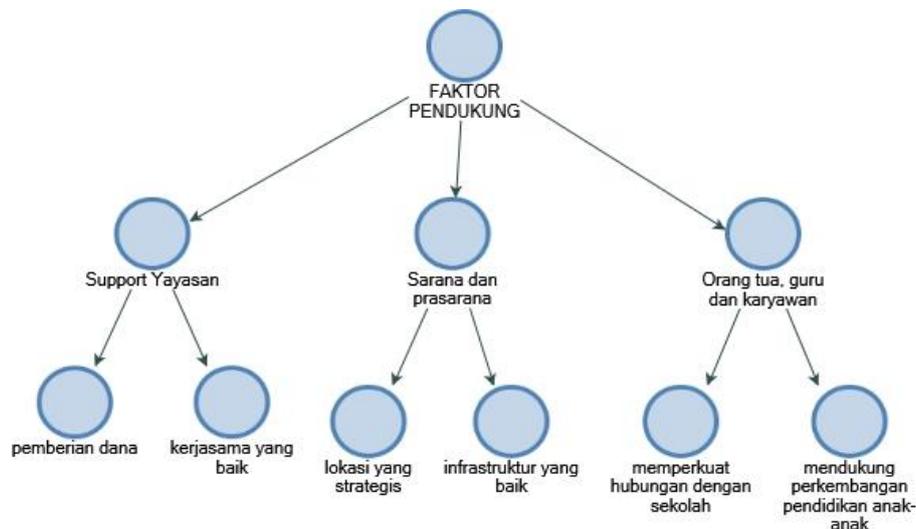
Adapun strategi melalui pemasangan banner, kami berusaha untuk membangun citra merek yang positif dan memastikan bahwa pesan kami tersampaikan dengan jelas kepada audiens. Kami juga memiliki tujuan jangka panjang untuk meningkatkan tingkat konversi dari kampanye banner, mengarah pada peningkatan penjualan produk atau layanan kami. Beberapa responden berkata:

Melalui *open house*, tujuannya adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat atau pelanggan potensial untuk mengenal lebih dekat produk, layanan, atau tempat tertentu (Guru 10).

Sosialisasi langsung ke siswa dan pemasangan banner akan menciptakan atmosfer yang mendukung, mendorong partisipasi aktif, dan menghasilkan kesan positif mengenai RJ Mart (Guru 12).

## 2.6 Faktor pendukung

Faktor pendukung dalam mengelola RJ Mart dapat dibagi menjadi beberapa aspek, antara lain adalah yang pertama support yayasan, yang kedua sarana prasarana, yang ketiga orang tua, guru dan karyawan. Tujuannya dapat mendukung kelancaran operasional serta memberikan pelayanan pelanggan yang unggul dan menciptakan lingkungan belanja yang positif. Pada gambar 3 menggambarkan faktor pendukung dalam mengelola RJ Mart.



Gambar 3 Faktor pendukung dalam mengelola RJ Mart

Terdapat faktor pendukung RJ Mart yaitu support dari yayasan yang secara aktif terlibat dalam memajukan dan mendukung perkembangan usaha ini melalui berbagai inisiatif dan bantuan yang mereka berikan. Keberadaan yayasan sebagai mitra pendukung memiliki peran krusial dalam memberikan dorongan positif bagi pertumbuhan RJ Mart. Beberapa responden berkata:

*Faktor pendukung dari Yayasan sangat signifikan bagi RJ Mart, karena Yayasan memiliki kepentingan tertentu. Dukungan ini melibatkan pemberian dana tidak hanya dari SPP dan kegiatan lainnya, tetapi juga melibatkan pemasukan tambahan lainnya. Hal ini sangat didukung karena sebagian besar guru juga menikmati layanan dari RJ Mart. Contohnya, kebutuhan keluarga mereka dapat terpenuhi dengan mudah melalui RJ Mart, dan pembayaran untuk layanan tersebut biasanya dilakukan pada akhir bulan dengan potongan dari gaji pegawai (Guru 1).*

*Faktor pendukung, yang dapat diartikan sebagai dukungan dari Yayasan, melibatkan semangat yang terus menerus, kerjasama yang baik dengan vendor atau supplier, dan tim-tim yang dapat saling menerapkan konsep dengan efektif (Guru 2).*

Adapun faktor pendukung dari RJ Mart adalah sarana dan prasarana yang dimilikinya, mencakup fasilitas yang memadai dan infrastruktur yang handal untuk mendukung operasional bisnis secara efisien. Keberadaan sarana dan prasarana yang baik dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan efektivitas layanan yang disediakan oleh RJ Mart. Beberapa responden berkata:

*Lokasi strategis dan keberadaan dalam lingkungan sekolah merupakan kombinasi yang memperkuat keunggulan RJ Mart. Dengan memilih lokasi yang strategis di sekitar sekolah, RJ Mart dapat menawarkan kemudahan akses bagi siswa, guru, dan orang tua murid. Hal ini tidak hanya mendukung kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga membangun hubungan erat dengan komunitas sekolah dan menciptakan peluang kerjasama yang positif (Guru 12).*

*Faktor pendukung utama bagi RJ Mart adalah ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai. Dengan infrastruktur yang baik, seperti gudang yang efisien, sistem teknologi informasi yang canggih, dan jaringan distribusi yang handal, RJ Mart dapat menjalankan operasionalnya dengan lancar (Guru 6).*

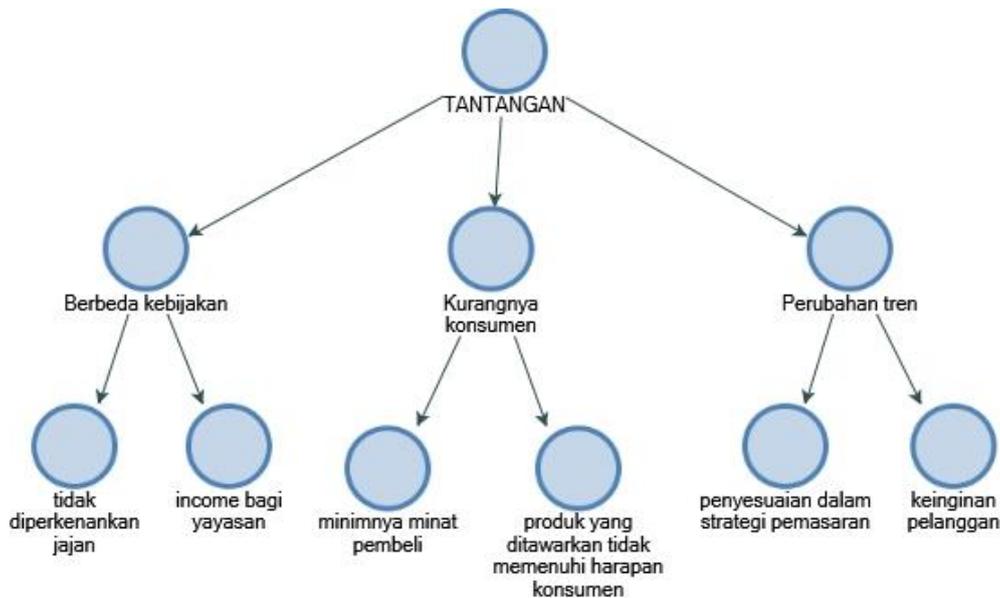
Selain kualitas layanan dan produknya, melibatkan peran aktif dari orang tua, guru, dan karyawan. Keberhasilan RJ Mart dalam memberikan pelayanan terbaik juga bergantung pada dukungan serta kerjasama yang erat antara pihak sekolah, orang tua siswa, dan tenaga pendidik yang memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan anak-anak. Beberapa responden berkata:

*Dengan melibatkan seluruh stakeholder sekolah, RJ Mart dapat lebih responsif terhadap kebutuhan dan harapan komunitas pendidikan, memperkuat hubungan dengan sekolah, dan meningkatkan dampak positifnya dalam mendukung proses pendidikan anak-anak (Guru 3).*

*Bekerja sama dengan orang tua siswa yang turut mendukung dan aktif berpartisipasi dalam mendukung perkembangan pendidikan anak-anak mereka (Guru 5).*

## **2.7 Tantangan**

Terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam mengelola RJ Mart, seperti berbeda kebijakan, kurangnya konsumen dan perubahan tren. Segala aspek tersebut menjadi penting dalam menjaga serta meningkatkan kinerja bisnis secara berkelanjutan, menciptakan fondasi yang kokoh dan responsif terhadap dinamika lingkungan bisnis yang selalu berubah. Pada gambar 4 menggambarkan Tantangan dalam pengelolaan RJ Mart.



Gambar 4 Tantangan dalam pengelolaan RJ Mart

RJ Mart menghadapi tantangan tidak hanya dalam mengelola perbedaan kebijakan di berbagai wilayah, melainkan juga dihadapkan pada kompleksitas serupa ketika berurusan dengan kebijakan yang bervariasi di lingkungan sekolah. Respons terhadap keragaman peraturan dan kebijakan ini memerlukan keterlibatan proaktif, pemahaman yang mendalam, dan adaptasi yang efisien guna memastikan kelangsungan operasional yang lancar. Beberapa responden berkata:

*Untuk tantangannya di internal sendiri, kita sempat melakukan diskusi panjang mengenai mengapa kebijakan internal tidak keluar dalam satu naungan atau satu nama yayasan, bahkan ketika berdirinya SD IT dan Rj Mart, SD IT lebih dulu berdiri dengan kebijakan bahwa anak-anak tidak boleh jajan, yang kemudian menjadi brand tersendiri. Diskusi panjang ini akhirnya berubah menjadi perdebatan di internal. Namun, ketika yayasan sudah memutuskan, ternyata kebijakan tersebut menjadi ada income bagi yayasan (Guru 1).*

*Tantangannya adalah karena di RJ ini, khususnya untuk TK dan SD, tidak diperkenankan jajan. Meskipun kita sudah menciptakan konsep kantin sehat, namun belum dapat diimplementasikan sepenuhnya. penerapan kebijakan yang memperbolehkan anak SMP untuk jajan, sementara beberapa anak SD*

*yang ingin jajan harus mendapatkan persetujuan dari orang tua. Proses penanyakan persetujuan ini juga menimbulkan tantangan, terutama dalam menjelaskan alasan kepada orang tua mengapa perlu ditanyakan (Guru 2).*

RJ Mart juga menghadapi tantangan signifikan akibat kurangnya jumlah konsumen. Meskipun menawarkan berbagai produk berkualitas, namun perlu strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan kesadaran konsumen terhadap toko ini. Beberapa responden berkata:

*Tantangan yang dihadapi oleh RJ Mart kurangnya konsumen karena adanya kualitas produk atau layanan yang menurun. Jika produk atau layanan yang ditawarkan tidak memenuhi harapan konsumen, kemungkinan besar mereka akan mencari alternatif di tempat lain yang dapat memberikan kualitas yang lebih baik (Guru 11).*

*Kendala yang signifikan karena minimnya minat pembeli, Diperlukan upaya lebih lanjut untuk menarik perhatian dan membangun kepercayaan pelanggan agar dapat mengatasi tantangan ini (Guru 15).*

Perubahan tren menjadi salah satu tantangan signifikan yang dihadapi oleh RJ Mart. Ketidakmampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tren konsumen dapat berdampak negatif pada penurunan minat dan kepercayaan konsumen. Beberapa responden berkata:

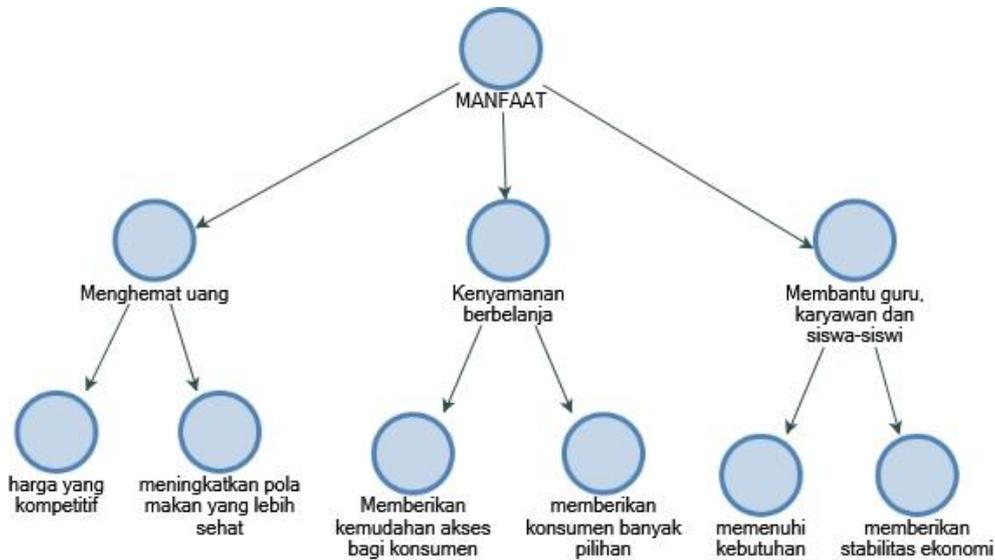
*Menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan merupakan tantangan, dan memahami tren konsumen serta keinginan pelanggan dapat membantu dalam mengatasi tantangan ini (Guru 8).*

*Tantangan yang perlu dihadapi melibatkan upaya untuk mengikuti serta menyesuaikan diri dengan perubahan tren, diperlukan penyesuaian dalam strategi pemasaran dan penawaran produk (Guru 10).*

## **2.8 Manfaat**

RJ Mart dapat memberikan berbagai manfaat seperti menghemat uang, kenyamanan dalam berbelanja, serta memberikan dampak positif pada berbagai

kelompok seperti guru, karyawan, dan siswa-siswi. Pada Gambar 5 menggambarkan Manfaat yang didapatkan RJ Mart.



Gambar 5 Manfaat yang didapatkan RJ Mart

RJ Mart berperan penting dalam membantu konsumen menghemat uang melalui kebijakan harga yang kompetitif dan beragam program penawaran. RJ Mart memberikan peluang bagi konsumen untuk mendapatkan barang-barang kebutuhan sehari-hari sehingga dapat membantu konsumen mengelola pengeluaran mereka dengan lebih efisien, menciptakan pengalaman berbelanja yang hemat dan memuaskan. Beberapa responden berkata:

*Memberikan nilai tambah bagi konsumen, tetapi juga berperan dalam membantu mereka menghemat uang melalui berbagai promo, diskon, dan penawaran khusus saat berbelanja. Dengan menyediakan produk berkualitas dan harga yang kompetitif, RJ Mart berkomitmen untuk memberikan pengalaman belanja yang ekonomis dan memuaskan bagi pelanggannya (Guru 3).*

*Anak-anak menjadi tidak jajan di luar lingkungan sekolah, sehingga dapat meningkatkan pola makan yang lebih sehat dan mendukung pertumbuhan dan perkembangan mereka secara optimal (Guru 14).*

RJ Mart tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi pelanggan. Dengan suasana toko yang

bersih dan rapi, serta layanan pelanggan yang ramah. Semua ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan memudahkan pelanggan dalam menemukan dan membeli produk kebutuhan sehari-hari mereka sehingga terciptanya kenyamanan dalam berbelanja. Beberapa responden berkata:

*Memberikan kemudahan akses bagi konsumen, RJ Mart memungkinkan orang untuk dengan mudah membeli kebutuhan sehari-hari tanpa harus melakukan perjalanan yang jauh (Guru 2).*

*Menawarkan berbagai jenis produk, termasuk makanan, minuman, kebutuhan sehari-hari, produk kebersihan, dan lainnya. Hal ini memberikan konsumen banyak pilihan dan mempermudah mereka untuk menemukan apa yang mereka butuhkan (Guru 6).*

RJ Mart tidak hanya sekadar sebuah pusat perbelanjaan, melainkan juga mitra penting dalam meningkatkan kesejahteraan berbagai kelompok. Guru-guru dapat merasakan dampak positif dengan akses mudah ke sumber daya pendidikan yang diperlukan, sementara karyawan merasakan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan beragam pilihan produk yang tersedia di RJ Mart. Siswa-siswi pun mendapatkan manfaat dengan tersedianya berbagai keperluan pendidikan dan perlengkapan sekolah yang mendukung proses belajar mereka. Beberapa responden berkata:

*Memfasilitasi guru, karyawan, dan siswa-siswi dengan menyediakan akses mudah untuk memenuhi kebutuhan sembako, termasuk makanan, minuman, dan alat tulis kantor (ATK) (Guru 9).*

*Manfaat RJ Mart bagi karyawan melibatkan berbagai aspek yang mendukung kesejahteraan mereka. Selain menjadi sumber pemasukan bagi pengelola, pekerja di RJ Mart mendapatkan manfaat finansial, termasuk gaji dan tunjangan, yang memberikan stabilitas ekonomi dalam kehidupan sehari-hari (Guru 10).*

## **PEMBAHASAN**

Tentunya setiap usaha tidak dapat terlepas dari konsep yang dikenal sebagai strategi pemasaran, yang bertujuan untuk memasarkan dan mempromosikan keberhasilan bisnis. Salah satunya itu dengan menggunakan media sosial dan alat pemasaran digital lainnya, yang secara spesifik dapat menargetkan audiens yang paling relevan dengan produk atau layanan. Media social juga memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen. Komentar, reaksi, dan umpan balik dapat diambil langsung, yang memungkinkan bisnis untuk merespons dengan cepat terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan adanya teknologi ini, kita menjadi menyadari bahwa jarak bukan lagi merupakan hambatan, berbeda dengan metode konvensional yang sebelumnya rumit dan membutuhkan biaya lebih tinggi untuk pemasaran. Penerapan teknologi dalam strategi pemasaran membuka ruang tanpa batasan geografis. Kemunculan teknologi ini telah membawa inovasi dengan memberikan cara baru dalam memasarkan dan mempromosikan produk atau layanan, seperti melalui platform media sosial (Made & Gede, 2021). Adapun program diskon yang menjadi strategi pemasaran dapat menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya tarik bisnis dan membangun hubungan positif dengan pelanggan. Pada variabel diskon, preferensi cenderung lebih tertuju pada pengurangan harga. Dijelaskan bahwa alasan utama mengapa indikator potongan harga dianggap lebih baik adalah karena memberikan keuntungan berupa penghematan pengeluaran. Artinya, jika seorang konsumen dapat memperoleh produk dengan harga lebih murah dari penjual lain, ini sebenarnya dapat menghasilkan efisiensi biaya dan dianggap sebagai keuntungan dalam pembelian, juga dapat menciptakan perasaan kebahagiaan (Joesoef, 2021). Selain itu strategi pemasangan banner di lingkungan sekolah juga dapat menjadi cara yang efektif untuk mendukung berbagai kegiatan, informasi penting, atau inisiatif tertentu. Lokasi banner sebaiknya dipilih secara strategis, seperti di dekat pintu masuk sekolah, koridor utama, tempat umum yang sering dilalui siswa, guru, dan orang tua. Desain banner harus menarik, dengan kombinasi warna yang cerah dan gambar yang menarik perhatian. RJ Mart juga memiliki beberapa faktor pendukung yang bertujuan

agar bisnis yang dikelola dapat terus tumbuh, berkembang, dan menguat, karena selain dapat menghasilkan pendapatan bagi bisnis itu sendiri juga dapat meningkatkan kesejahteraan karyawannya dan memberikan kontribusi (Rifa'i et al., 2019).

Di dalam mengelola RJ Mart, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi. Pengertian tantangan dalam pengelolaan bisnis kewirausahaan mencakup seluruh aspek yang mengharuskan wirausahawan menemukan solusi kreatif dan strategi untuk mengatasi hambatan ini guna mencapai keberhasilan dalam bisnis mereka (Auliani et al., 2024). Tidak hanya itu manfaat yang dapat dirasakan oleh RJ Mart juga ada karena, melalui upaya penyelesaian tantangan tersebut. RJ Mart dapat menawarkan beberapa keuntungan seperti penghematan finansial, kemudahan dalam proses pembelian dan kepuasan pelanggan dalam memediasi hubungan antara harga memiliki dampak positif yang berpengaruh besar terhadap kesetiaan pelanggan (Ekawati, 2017).

## **KESIMPULAN**

Strategi pemasaran yang difokuskan pada pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan di sekitar lingkungan sekolah membawa manfaat positif bagi RJ Mart. Penggunaan kombinasi upload melalui media sosial, program diskon, dan pemasangan banner telah membantu RJ Mart mencapai target dengan efektif. Faktor pendukung, seperti dukungan dari yayasan, sarana prasarana yang baik, dan keterlibatan orang tua, guru, dan karyawan, berperan penting dalam menjaga kelancaran operasional dan memberikan pelayanan pelanggan yang unggul. Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti perbedaan kebijakan, kurangnya konsumen, dan perubahan tren, respons yang proaktif dan adaptasi yang efisien menjadi kunci untuk menjaga kelangsungan bisnis RJ Mart. Manfaat yang diperoleh oleh berbagai pihak, seperti penghematan uang, kenyamanan berbelanja, dan dampak positif pada pola makan dan kesejahteraan, menunjukkan bahwa RJ Mart memiliki peran signifikan dalam mendukung komunitas pendidikan di sekitarnya.

## REFERENSI

- Aliyyah, R. R., & Abdurakhman. (2016). Pengelolaan Kelas Rendah Di SD Amaliah Ciawi Bogor. *Jurnal Sosial Humaniora*, 7(2), 81–95.
- Annisa, N. F., & Dwi, M. I. (2018). Analisis Strategi Promosi pada UMKM Social Enterprise (Studi Kasus Pascorner Cafe and Gallery). *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 101–112. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss2.art1>
- Auliani, R., Ramadhani, D. A., Tasya, L., & Keling, M. (2024). *Tantangan Dalam Pengelolaan Bisnis Kewirausahaan*. 3(1).
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm. *Neo-Bis*, 8(2), 179–189. <https://doi.org/10.21107/NBS.V8I2.472>
- Ekawati, P. A. D. T. D. N. W. (2017). Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florists Online Di Denpasar. *Udayana University Management E-Journal*, 6(4), 255298.
- Fadillah, A., & Syarif, R. (2013). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 77–84. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.256>
- Imam, H. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9(2), 80–101. <https://core.ac.uk/download/pdf/234663443.pdf>
- Isrososiawan, S. (2013). Peran Kewirausahaan Dalam Pendidikan. *Society*, 4(1), 26–49. <https://doi.org/10.20414/society.v4i1.329>
- Joesoef, H. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Online Berdasarkan Faktor Diskon, Program Pengiriman Gratis, Dan Pelayanan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 180–189. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i1.261>
- Made, R. H., & Gede, S. D. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan

- Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11–18.  
<https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>
- Raisya, A., & Aliyyah, R. R. (2023). Pembelajaran Anti Perundungan : Persepsi Guru Kelas Rendah pada Sekolah Dasar. *Karimah Tauhid*, 2(5), 3022–3047.
- Rifa'i, M., Totok, S., & Indrihastuti, P. (2019). *Meningkatkan Keunggulan Bersaing Produk Dengan Inovasi dan Orientasi pada Usaha Sektor Industri Kreatif di Kota Malang*.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Rizma, S., & Aliyyah, R. R. (2023). Strategi Guru Dalam Mengatasi Perundungan di Sekolah Dasar. *Karimah Tauhid*, 2(1), 2870–2890.  
<https://doi.org/10.61798/wjpe.v1i1.1>
- Sari, R., Sayadi, M. H., & Hildayanti, S. K. (2020). Pelatihan dalam Menghadapi Tantangan Usaha Kecil di Era Digital pada Pelaku Usaha Kecil di Kenten Palembang. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(2), 87–92.
- Wijaya, H., Alwi, M. K., & Baharuddin, A. (2021). Analisis Risiko Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Dalam Pengelolaan Limbah Medis Rumah Sakit Islam Hasanah Muhammadiyah Mojokerto Di Masa Pandemi covid-19. *Journal of Muslim Community Health (JMCH)*, 2(1), 36–51.