

## **MENGUNGKAP KEBERHASILAN BAURAN PEMASARAN PADA USAHA KULINER TOKO ROTI**

( Studi Kasus Toko Roti Galaxy Bakery Ungaran )

**Melina Ananda Putri<sup>1</sup>, Dwi Widi Pratito<sup>2</sup>**

Universitas Semarang

[melinaap26@gmail.com](mailto:melinaap26@gmail.com), [dwi@usm.ac.id](mailto:dwi@usm.ac.id)

**Abstraksi.** Penelitian ini di latar belakang dengan masa kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang kompetitif ini, pelaku bisnis usaha kuliner yang ingin memenangkan persaingan harus memperhatikan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh pelaku usaha kuliner adalah marketing mix strategy (Strategi Bauran Pemasaran). Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, lokasi penelitian di Toko Roti Galaxy Bakery Ungaran Jalan Hos.Cokroaminoto Ruko Alun-Alun Center No.4, Kelurahan Ungaran, Kecamatan Ungaran Barat, Krajan, Ungaran, Kec. Ungaran Bar., Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 50511 . Sumber data menggunakan observasi , wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah : Strategi Toko Roti Galaxy Bakery yang berupa berbagai variasi produk dan rasa, harganya yang terjangkau, lokasi yang strategis dengan kenyamanan tempat dan pelayanan yang baik, promosi di media sosial maupun promosi mulut ke mulut yang dilakukan oleh konsumen sendiri mampu membuat calon konsumen tertarik untuk datang dan menjadi pelanggan tetap.

**Kata Kunci :** Toko Roti Galaxy Bakery, Produk, Harga, Lokasi, Promosi.

**Abstract:** This research is motivated by this period of technological advancement and competitive market competition, culinary business people who want to win the competition must pay attention and implement the right marketing strategy. One strategy that is widely used by culinary business actors is the marketing mix strategy (Marketing Mix Strategy). Basically, the purpose of establishing a company is to seek the maximum possible profit. This research uses a qualitative approach, the location of the study is at Galaxy Bakery Ungaran Bakery Jalan Hos.Cokroaminoto Ruko Alun-Alun Center No.4, UngaranVillage, West Ungaran District, Krajan, Ungaran, Ungaran Bar. District, SemarangRegency, Central Java 50511.

Data sources use observation, interviews, and documentation. The results of this study are: Galaxy Bakery Bakery strategy in the form of a variety of products and flavors, affordable prices, strategic locations with comfort and good service, promotion on social media and word of mouth carried out by consumers themselves are able to make potential customers interested in coming and becoming regular customers.

**Keywords:** Galaxy Bakery, Product, Price, Location, Promotion.

## PENDAHULUAN

Sebuah bisnis yang dijalankan memerlukan berbagai penjadwalan kegiatan agar dapat beroperasi dengan lancar dan terarah. Penjadwalan atau persiapan yang dimaksud salah satunya adalah manajemen strategi. Tentu saja, satu tujuan adalah sukses dalam menjalankan bisnis dan berbagai upaya diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, dalam pencapaian tujuan diperlukan pemahaman dan penerapan manajemen strategi. Pada masa kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang kompetitif ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan harus memperhatikan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan pemahaman yang terjadi dilingkungan pemasaran.

Dimiyati (2018:54) Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan, maka strategi harus terkoordinasi dan terintegrasi, serta tindakan-tindakan yang telah diatur untuk memberdayakan sumber daya yang ada dan untuk mendapatkan keuntungan bersaing. Banyak strategi yang bisa digunakan untuk meningkatkan penjualan dan menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh produsen. Salah satu strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan adalah marketing mix strategy (Strategi Bauran Pemasaran).

Seiring berkembangnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, gaya hidup manusia terutama mengenai pemilihan makanan yang akan dikonsumsi akan semakin beragam. Hal ini dikarenakan lahirnya segala macam jenis produk dari

ide-ide yang kreatif. Dengan demikian perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu mengembangkan strategi pemasarannya, agar mampu bertahan dalam persaingan usaha yang beragam. Galaxy Bakery merupakan industri kuliner yang bergerak di bidang bakery. Galaxy bakery didirikan pada tahun 1978. Pada awalnya Galaxy Bakery merupakan home industry yang dikelola sendiri oleh sebuah keluarga. Standar dan kualitas produk mampu dipertahankan oleh pemilik Galaxy Bakery untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk yang diproduksi juga memiliki resep standart & premium yang selalu dikontrol untuk menjaga kualitas produk Galaxy Bakery. Kualitas produk (makanan) dan harga merupakan hal terpenting dari pelayanan yang diberikan oleh restoran terhadap konsumennya dan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Harga memainkan sebuah peranan yang penting dalam mengkomunikasikan kualitas dari sebuah jasa (Lim, 2010). Harga merupakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen. Dalam hal ini, Galaxy Bakery menjual produk Strategi Bauran Pemasaran dengan kisaran harga Rp. 3.500 – Rp. 60.000.

Galaxy Bakery berlokasi Jalan Hos.Cokroaminoto Ruko Alun-Alun Center No.4, Unggaran. Galaxy Bakery juga memiliki cabang lain yang berlokasi di Semarang & Kalimantan. Tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling strategis, menyenangkan, dan

efisien. Untuk mencapai sasaran tempat yang baik dapat dilakukan dengan jalan sebagai berikut: memperbanyak saluran distribusi, memperluas segmentasi atau cakupannya, menata penampilan tempat usaha, menggunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin, mengubah-ubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang yang lain. Hal ini penting untuk mengendalikan persediaan dan penawaran (Suryana 2013: 209).

Galaxy Bakery mengawali pengenalan produk dengan menawarkan produk ke warung-warung dan sekolah-sekolah. Promosi produk juga dilakukan dengan melakukan pengembangan produk sehingga variasi produk yang ditawarkan semakin bertambah. Toko roti Galaxy Bakery sudah berkembang dengan pesat. Saat ini toko roti Galaxy Bakery menawarkan produk dari berbagai jenis roti dan makanan ringan yang dijual dengan harga dan disesuaikan dengan keinginan pasar. Produk yang dihasilkan dari toko Galaxy Bakery bervariasi seperti roti bulat, lonjong maupun kotak dengan berbagai varian rasa. Toko roti Galaxy Bakery juga menyediakan produk untuk acara besar seperti kegiatan perkantoran, keluarga, maupun ulang tahun. Promosi merupakan cara mengomunikasikan barang-barang dan jasa yang akan ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Sesuai dengan fungsi promosi, yaitu menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), mengingatkan (to remind) dan memengaruhi (to influence), maka melalui promosi barang dan jasa yang dihasilkan akan mudah dikenal oleh

konsumen (Suryana, 2013: 218).

Galaxy Bakery memiliki sejumlah karyawan dengan kompetensi kerja yang baik pada bagian produksi dengan semua karyawan yang mampu memproduksi salah satu produk Galaxy Bakery yaitu produk adonan manis dan tawar. Galaxy Bakery memiliki peralatan yang baik dan lengkap bahkan mempunyai alat yang dibuat sendiri untuk menunjang kelancaran proses produksi.

Keunggulan pada Toko Galaxy Bakery adalah Galaxy Bakery menyediakan berbagai jenis pilihan roti yang diproduksi dengan bahan pilihan terutama pada jenis roti pisang yang ukurannya jauh lebih besar dari pada Vicka Bakery. Ada pun produk galaxy bakery dari jenis roti pisang varian rotinya lebih banyak dari pada Vicka Bakery. Galaxy Bakery memiliki 4 varian roti pisang, yaitu pisang ori, pisang coklat, pisang keju, dan pisang coklat-keju. Vicka Bakery hanya memiliki 2 varian, yaitu pisang ori dan pisang coklat..

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bisnis. Perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu mengembangkan strategi pemasarannya, agar mampu bertahan dalam persaingan usaha yang beraneka ragam, yang berdampak pada persaingan usaha yang sejenis. Pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen

melalui pertukaran dengan pihak-pihak yang berkepentingan di perusahaan. Tidak hanya memenuhi keinginan konsumen, pemasaran juga bertujuan mensejahterakan karyawan yang berperan dalam kegiatan produksi, masyarakat sekitar, serta pencemaran lingkungan (Danang, 2012: 19).

### **Bauran pemasaran**

Pengertian bauran pemasaran adalah sebagai berikut : “Serangkaian alat pemasaran (marketing mix) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam pasar sasaran”. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. (Kotler dan Amstrong, 2019;62).

### **Produk (Product)**

Intensitas kompetisi di pasar memaksa perusahaan untuk mengupayakan adaptasi produk yang tinggi guna meraih keunggulan yang kompetitif atas pesaing, karena adaptasi produk dapat memperluas basis pasar lokal dan ditingkatkan untuk preferensi lokal tertentu. Konsumen semakin banyak memiliki alternatif dan sangat hati-hati dalam menentukan keputusan untuk melakukan pembelian dengan mempertimbangkan faktor-faktor kebutuhan, keunggulan produk, pelayanan dan perbandingan harga sebelum memutuskan untuk membeli. Dari faktor-faktor tersebut, keunggulan

produk termasuk ke dalam pertimbangan utama sebelum membeli.

### **Harga (Price)**

Definisi harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan market share, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya (Kotler dan Armstrong, 2010).

### **Tempat (Place)**

Menurut Wardana (2017:43), merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Menurut Hurriyati dalam Didin dan Firmansyah (2019:184-185), mengatakan untuk produk industri manufaktur place diartikan sebagai saluran distribusi (zero channel, two channel, dan multilevel channels), sedangkan untuk produk industri jasa, place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut : Akses, misalnya lokasi yang

mudah dijangkau sarana transportasi umum.

Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan. Lalu lintas (traffic), di mana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyak orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya impulse buying, kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat pula menjadi penghambatan. Tempat parkir yang luas dan aman. Ekspansi, tersedia tempat yang cukup untuk perluasan usaha di kemudian hari. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa ditawarkan. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa tempat mengacu pada penyediaan produk pada suatu tempat bagi konsumen, untuk lebih mudah untuk mengaksesnya

### **Promosi (Promotion)**

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), membujuk (to persuade), dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga (Kotler dan Keller dalam Simamora, 2018).

Selain itu menurut Kotler dan Armstrong (2014) :Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu. Dari kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan, promosi adalah segala bentuk penawaran produk yang dijual dengan cara menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen untuk memperoleh respons membeli atau menggunakan. Tetapi secara sendiri bila dikaji lebih dalam promosi secara

sendiri jarang mampu menimbulkan penjualan, sebab seseorang akan membeli atau tidak dipengaruhi oleh produk, harga, jasa, pembiayaan dan aspek lain dari pemasaran.

### **Orang**

Menurut Wardana (2017:44), people berfungsi sebagai service provider sangat mempengaruhi kualitas yang diberikan. Keputusan dalam people ini sangat berarti sehubungan dengan seleksi, training, motivasi dan manajemen sumber daya manusia. Menurut Kotler dan Keller (2016:37), People reflects, in part, internal marketing and the fact that employees are critical to marketing success. Marketing will only be as good as the people inside the organization.

### **Proses**

Menurut Kotler dan Keller (2016:37), Processes are all the creativity, discipline, and structure brought to marketing management. Marketers must ensure 38 that state-of-the-art marketing ideas and concepts play an appropriate role in all they do, including creating mutually beneficial long-term relationships and imaginatively generating insights and breakthrough products, services, and marketing activities.

### **Bukti Fisik**

Physical Evidence menurut Kotler (2011) adalah bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Unsur yang termasuk 30 dalam bukti fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya.

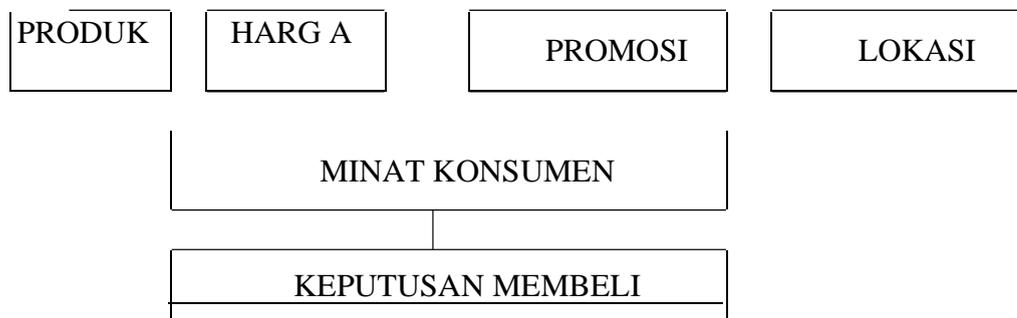
Menurut Ary Setyaningrum, dkk (2015)

menjelaskan bahwa bukti secara fisik merupakan aspek penting dari jasa, sebab sebagian produk jasa konsumen perlu hadir secara fisik dalam lingkungan jasa. Kualitas lingkungan jasa yang baik secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap jasa yang diterima. Lingkungan jasa yang nyaman dan sesuai target pasar yang dituju juga akan membuat konsumen bersedia menghabiskan lebih banyak waktu atau lebih sering mengunjungi outlet jasa

**Loyalitas Konsumen**

Loyalitas pelanggan sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif individu terhadap suatu kesatuan (merek, jasa, toko, atau pemasok) dan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan menekankan pada runtutan pembelian yang dilakukan konsumen seperti proporsi dan probabilitas pembelian. loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut. (Hasan, 2014)

Gambar 1 Model Penelitian  
Optimasi Marketing Mix



## METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci. Pada penelitian kualitatif pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Pelaksanaan penelitian ini adalah di Toko Roti Galaxy Bakery, jalan Hos. Cokroaminoto Ruko Alun-Alun Center No.4. Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Mei 2023. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Observasi, wawancara dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Untuk melakukan pengujian keabsahan data, peneliti menggunakan teknik Triangulasi Data, yakni Triangulasi sebagai teknik pengumpulan data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Faktor Penentu Strategi Pemasaran

Dalam Penelitian ini melibatkan 5 informan, yaitu :

1. Kepala Toko (Ibu Purтинingsih)

**Gambar 4.2**



**Foto bersama kepala toko roti Galaxy Bakery**

- Pada gambar diatas, perempuan yang memakai jilbab warna pink adalah ibu purтинingsih merupakan kepala toko roti Galaxy Bakery. Beliau berusia 39 tahun dan bertempat tinggal di daerah unggaran
2. Karyawan yang dipercaya (dinda)

**Gambar 4.3**



**Foto bersama karyawan tetap toko roti Galaxy Bakery**

Pada gambar diatas, perempuan yang memakai jilbab warna abu-abu adalah kak dinda merupakan karyawan tetap toko roti Galaxy Bakery. Beliau berusia 22 tahun dan bertempat tinggal di daerah unggaran

3. Pelanggan tetap 1 (Mbak Mimin)

**Gambar 4.4**



**Foto bersama pelanggan tetap 1 toko roti Galaxy Bakery**

Pada gambar diatas, perempuan yang mengenakan hijab hitam dan jaket warna coklat muda adalah Mbak Mimin salah satu pelanggan tetap dari toko galaxy bakery. Mbak Mimin berusia 22 tahun sebagai seorang mahasiswa di salah satu unniversitas stekom dan bertempat tinggal di daerah unggaran.

4. Pelanggan tetap 2 (Mbak Anastia)

**Gambar 4.5**



**Foto Bersama pelanggan tetap 2 toko roti Galaxy Bakery**

Pada gambar diatas , perempuan yang mengenakan hijab warna hitam adalah Mbak Anastia dengan baju warna biru muda salah satu pelanggan tetap toko roti galaxy bakery. Mbak Anastia berusia 23 tahun sebagai seorang Karyawan dari Perusahaan Swasta di Unggaran dan bertempat tinggal di daerah Unggaran

5. Pelanggan tetap 3 (Ibu Santi)

**Gambar 4.6**



**Foto Bersama pelanggan tetap 3 toko roti Galaxy Bakery**

Pada gambar diatas , perempuan yang mengenakan hijab warna hitam salah satu pelanggan tetap toko roti galaxy bakery. Ibu Santi berusia 42 tahun sebagai Ibu Rumah Tangga di Unggaran dan bertempat tinggal di daerah Unggaran

Galaxy Bakery memiliki aneka produk roti, yaitu:

1. Roti manis berkisar Rp. 3.500 – Rp. 16.000, jenis roti manis antara lain yaitu donat gula, donat coklat, donat keju, donat coklat keju, pisang ori, pisang coklat, pisang coklat keju, pisang keju, ayam, abon boy, sisir, srikaya, kacang tanah, fla durian, sobek ayam, sobek keju, sobek

coklat keju, kacang hijau, nanas, strawberry, vanilla, coklat keju, donat mesis, donat keju, roti abon, pizza.

2. Khusus harga yang di display di Toko, Roti Tawar berkisar Rp. 12.000 – Rp. 16.000, jenis roti tawar antara lain yaitu tawar biasa, tawar kupas, tawar pandan, tawar gandum, dan tawar manis
3. Pelaksanaan Bauran Pemasaran Pada Galaxy Bakery Banyak berdirinya bisnis bakery di kota Unggaran, semakin tinggi tingkat persaingan yang terjadi dalam menarik minat konsumen. Dengan menganalisa keadaan masyarakat sekitar dan menetapkan target pasar yang dituju. Galaxy Bakery menerapkan bauran pemasaran untuk bersaing dengan competitor dalam menarik minat konsumen.

Kunci sukses untuk mengembangkan strategi pemasaran yaitu mempertahankan bauran pemasaran yang tepat yang memuaskan pelanggan sasaran dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Bauran pemasaran mencakup empat macam aktivitas pemasaran utama yaitu produk, harga, promosi, lokasi yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu dalam lingkungan pemasaran yang dinamis.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Purwaningsih selaku Kepala Cabang Galaxy Bakery menerapkan empat bauran pemasaran dalam menjalankan bisnisnya untuk menarik minat konsumen, yaitu Bauran produk, Bauran harga, bauran promosi, Bauran lokasi. Berikut empat bauran pemasaran beserta

implementasinya di Galaxy Bakery.

#### 1. Bauran Produk

Produk yang ditawarkan pada Galaxy Bakery, merupakan produk yang banyak dicari konsumen sampai saat ini. Dengan menekankan pada bahan yang berkualitas supaya memiliki produk yang unggul diantara kompetitor serta bertujuan untuk menarik konsumen dan menciptakan kepuasan bagi konsumen. Namun pada dasarnya produk yang dipasarkan tergolong hampir sama dengan bakery lain, Galaxy Bakery berusaha memberikan bahan baku terbaik dan memproduksi aneka produk atau variant yang dihasilkan.

Produk yang dihasilkan Galaxy Bakery merupakan produk tidak tahan lama, maka dengan itu Galaxy Bakery memberikan kualitas bahan baku yang baik serta hanya memiliki ketahanan layak konsumsi hanya 4 hari. Serta

melakukan produksi roti setiap hari supaya produk yang dipasarkan selalu fresh. Secara bertahap Galaxy Bakery mengembangkan produknya, dengan menambah beberapa produk yang di display di toko seperti roti manis, roti tawar, bolu kukus, brownies kukus. Serta memberikan kemasan ekonomis seperti bolu rainbow ukuran kecil juga menyediakan bolu potongan aneka varian dengan harga terjangkau sehingga dapat menyesuaikan keadaan ekonomi konsumen yang ingin menikmati produk Galaxy Bakery

#### 2. Bauran Harga

Bagi sebagian konsumen, harga menjadi pertimbangan penting dalam membeli sebuah produk. Dalam penetapan harga, Galaxy Bakery menetapkan harga berdasarkan daya beli konsumen atau daya beli target pasarnya, namun disesuaikan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Biaya-biaya ini diantaranya biaya pembelian bahan baku, upah karyawan, dan biaya listrik. Dengan memberikan harga yang relatif terjangkau, tujuan Galaxy Bakery agar konsumen selalu melakukan pembelian ulang di tokonya.

Salah satunya roti manis yang berkisar Rp. 4.000 – Rp. 16.000. Pelajar dan mahasiswa adalah target pasar Galaxy Bakery, sejauh ini produk roti manis selalu dicari mahasiswa untuk kegiatan kampusnya. Galaxy Bakery memberikan potongan harga pada roti manis apabila konsumen membeli produk dalam jumlah yang banyak yaitu memberikan potongan sebesar Rp. 500/pcs jika pembelian minimal 100 pcs. Dan juga menerapkan price lining/harga lini yaitu terdapat

perbedaan harga berdasarkan kualitas dan jenis kue. Terdapat perbedaan harga juga, saat konsumen melakukan pesanan kue tart sesuai keinginannya.

### 3. Bauran Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas

tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Adapun alat-alat yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan produknya pengusaha dapat memilih beberapa cara yaitu, Advertensi, Promosi Penjualan (Sales Promotion), Personal Selling, dan Publisitas (Publication). Yang diterapkan oleh Galaxy Bakery yaitu Advertensi yakni melalui media sosial seperti Instagram dengan nama akun Galaxy Bakery unggaran.

### 4. Bauran Tempat.

Pemilihan lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi pula tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. Begitupun sebaliknya, jika lokasi usaha yang dipilih tidak strategis maka penjualan pun juga tidak akan terlalu bagus. Berlokasi di Jalan Hos. Cokroaminoto Ruko Alun-Alun Center No.4, Unggaran. Galaxy Bakery memiliki lokasi yang mudah dijangkau, lokasi yang ramai masyarakat yang berada di alun alun unggaran. Galaxy Bakery memiliki ketersediaan halaman parkir yang cukup luas, yang keberadaannya dibutuhkan oleh para pelanggan yang datang dengankendaraan pribadinya. Dalam pendistribusian produk,

Galaxy Bakery menggunakan aplikasi jasa layanan untuk sampai ketangan konsumen seperti shopefood, grabfood, gofood.

Galaxy Bakery Memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen yang datang ketoko seperti menerapkan 5S(senyum, sapa, salam, sopan dan santun). Menjelaskan produk yang tidak diketahui konsumen agar konsumen tertarik. Memberikan nampan agar lebih mudah konsumen membawa belanjannya dan mendampingi konsumen saat berbelanja jika butuh bantuan. Menurut pendapat konsumen ia senang berbelanja di Galaxy Bakery karena memiliki karyawan yang ramah kepada pembeli yang datang ketoko.

Sejauh ini kegiatan promosi masih di handle oleh Kepala Toko Galaxy Bakery, mereka mempromosikan lewat orang ke orang dan memfoto hasil produk dari Galaxy Bakery lalu di posting di akun Instagram Galaxy Bakery dan mencantumkan nomor telepon yang bisa dihubungi jika ingin melakukan pemesanan. Itu pun Galaxy Bakery belum melakukan promosi secara maksimal, karena belum ada tim marketing yang menhandle memasarkan produk melalui Instagram Karena Galaxy Bakery pada saat ini masih fokus terhadap melayani konsumen yang ada pada saat ini dan belum ada tindakan lain terkait kegiatan promosi selain melalui Instagram, Facebook, dan

WhatsApp. Berdasarkan hasil wawancara kepada para konsumen, Galaxy bakery memiliki keunggulan dipaparka oleh konsumen, dalam segi produk Galaxy Bakery memiliki produk yang beragam variandan jika dilihat dari segi rasa kualitas , roti yang diproduksi Galaxy Bakery memiliki rasa yang enak dan bertekstur lembut, dan varian yang sering kali dibeli yaitu varian roti manis dan roti tawar.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, faktor-faktor yang dominan mempengaruhi minat beli konsumen yaitu harga, kualitas dan rasa. Pada dasarnya harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, harga yang ditetapkan Galaxy Bakery menjadi perhatian para konsumen. Harga yang tidak terlalu tinggi dan sesuai dengan keadaan ekonomi konsumen pada umumnya menjadi daya tarik konsumen. Dan diiringi dengan cita rasa roti dan kueyang dimiliki Galaxy Bakery juga enak, membuat konsumen melakukan pembelian ulang di Galaxy Bakery.

Dilihat dari penerapan bauran pemasaran yang diterapkan oleh Galaxy Bakery dan wawancara terhadap konsumen, Galaxy Bakery memiliki aneka produk roti dan varian rasa. Dari semua produk yang dimiliki, penjualan roti manis lebih unggul dibandingkan produk lain. Dengan menyediakan aneka varian roti manis, itu yang menjadi daya tarik konsumen membeli di Galaxy

Bakery. benar dijalankannya selama ini, bahwa pendapatan yang dimiliki mencapai Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 perharinya artinya banyak konsumen yang tertarik terhadap produk serta harga yang diterapkan Galaxy Bakery.

kekurangan penerapan bauran pemasaran pada Galaxy Bakery yaitu pada promosi. Galaxy Bakery hanya melakukan promosi melalui Instagram, Facebook, dan WhatsApp, di era modern seperti sekarang ini banyak sekali media sosial yang bisa digunakan untuk melakukan promosi penjualan melalui website, twitter, dll. Dapat juga dilakukan promosi melalui orang-orang yang sudah terkenal di Instagram atau biasa disebut endorse, dari endorse yang dilakukan tersebut akan lebih banyak orang yang mengenal Galaxy Bakery.

Dan juga bisa melakukan promo berupa potongan harga pada hari tertentu, seperti anniversary toko dan hari besar lain. Jika Galaxy Bakery maksimal melakukan promosi pastinya akan lebih meningkatkan pendapatan pada Galaxy Bakery.

## SIMPULAN

Galaxy Bakery merupakan usaha roti yang berdiri pada tahun 1978 oleh bapak Siau Joe Lay dan Oh Shiek tjen. Pada awalnya Galaxy Bakery merupakan home industry yang dikelola sendiri oleh sebuah keluarga. Toko Galaxy Bakery Ungaran sudah memiliki sertifikat halal dari LP

POM MUI dan sertifikat tersebut masih berlaku dan diperpanjang. Galaxy Bakery sudah menjalankan strategi bauran pemasaran produk, harga, promosi, dan lokasi dengan sesuai teori bauran pemasaran, produk yang dijual atau dipasarkan tersebut halal. Produk Galaxy Bakery memiliki kualitas yang cukup baik

Kemasan yang digunakan adalah kemasan plastik, diluar kemasan juga terdapat merek dagang Galaxy Bakery, dengan logo gambar wajah pendiri dari Galaxy Bakery itu sendiri, yang tertera informasi alamat usaha, nomor telepon usaha dan merek produk sehingga produk mudah dikenal oleh konsumen. Galaxy Bakery memiliki berbagai macam varian rasa, yaitu roti rasa original, coklat, keju, coklat-keju, ayam, fla durian, abon, selai nanas, selai kacang, coffe, vanilla, mocca. Aspek promosi usaha ini melakukan promosi dengan cara personal selling dan juga promosi melalui sosial media seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp sehingga mengalami peningkatan minat konsumen dan peningkatan pendapatan. Galaxy Bakery melakukan promo berupa potongan harga pada hari tertentu, seperti anniversary toko dan hari besar lain, dan kadang memberikan promo seperti *by two get one* ( beli 2 gratis satu). Jika Galaxy Bakery maksimal melakukan promosi pastinya akan lebih meningkatkan pendapatan pada Galaxy Bakery. Untuk Harga Galaxy Bakery terbilang cukup murah sehingga konsumen tertarik dan banyak diminati. Lokasi Galaxy Bakery cukup strategis karena dekat dengan alun alun ungaran sehingga banyak kendaraan yang melewati toko termasuk angkutan

umum seperti brt, dan kebetulan lokasi toko bersebrangan dengan halte brt, kemudian tempat galaxy bakery terdapat

ada lahan parkir, ruang toilet, ruang tunggu serta ada menu tambahan seperti dimsum, cemilan snack, dan minuman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bichari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Presindo. Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G., 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 13th ed. Erlangga, Jakarta.
- Mait, F. H., Lumanauw, B., & Samady, R. (2022). Analisis Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Umkm Pabrik Roti Nabila Bakery Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 996-1003.
- Moenir, A.S. 2010. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 1-12.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Sabil, S. A. (2011). *Analisis Strategi Bersaing pada Citra Kendedes Cake and Bakery di Malang Raya* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Sernovitz. 2009. *Word of Mouth Marketing*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Singh, M., 2012. Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*, 3: 40–45.
- Sunyoto, D., 2012. *Konsep Dasar Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Center of Academic Publishing Service, Yogyakarta.
- Setiawan, P. Y. B., Fudholi, A., & Satibi, S. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan Loyalitas pelanggan produk. *JURNAL MANAJEMEN DAN Pelayanan Farmasi (Journal of Management and Pharmacy Practice)*, 6(2), 115-124.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.