

Bauran Pemasaran Roti Pada CV Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi

Lia Liliawati¹, Anasrulloh²

Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Sukabumi
Jalan Babakan Sirna 25 Kota Sukabumi Jawa Barat
lialiliawati@polteksmi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan penerapan bauran pemasaran pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa, apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan penerapan bauran pemasaran, dan bagaimana solusi untuk mengatasi kendala-kendala dalam pelaksanaan penerapan bauran pemasaran pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi. Metode penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui studi pustaka, observasi langsung ke perusahaan dan melaksanakan wawancara secara langsung dengan sumber terpercaya pada Owner Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi. Berdasarkan hasil Penelitian pada CV. Roti Kukus Dan Bakar Assyifa mengenai penerapan bauran pemasarannya yaitu mencampur beberapa kegiatan pemasaran untuk mencapai hasil yang memuaskan atau dengan strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan marketing mix.

Kata kunci: Pemasaran, Marketing Mix

Abstract

This study aims to find out how the implementation of the marketing mix is implemented on Assyifa Steamed And Grilled Bread, what are the obstacles faced in the implementation of the marketing mix, and how are the solutions to overcome the obstacles in the implementation of the marketing mix on Steamed And Grilled Bread Assyifa Sukabumi City. The research method was carried out using a qualitative descriptive method through literature studies, direct observation to the company and conducting interviews directly with trusted sources at the Owner of Steamed Bread And Bakar Assyifa Sukabumi City. Based on the results of research on CV. Assyifa Steamed And Grilled Buns regarding the application of its marketing mix, namely mixing several marketing activities to achieve satisfactory results or with marketing strategies, namely by using marketing mixes.

Keyword: Marketing, Marketing Mix.

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat, maka hal tersebut menimbulkan persaingan diantara berbagai jenis usaha baik yang bergerak di bidang industri, jasa, maupun perdagangan. Untuk itu salah satu upaya yang perlu diwujudkan dalam menghadapi kondisi tersebut adalah setiap perusahaan harus mampu memanfaatkan perkembangan ilmu teknologi dengan baik serta merealisasikan tujuan pemasarannya, agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing lainnya. Suatu usaha yang baik apabila perusahaan tersebut berorientasi pada pemasaran dimana terbentuk atas dasar suatu tujuan

yang sama yaitu mencoba untuk menerapkan konsep pemasaran sebagai usaha bersama untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang mendatangkan laba bagi perusahaan.

Pada dasarnya perencanaan usaha di tunjukkan untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya, sebagai hasil yang diperoleh melalui kegiatan pemasaran dimana dari perencanaan usaha tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan usaha umum mengenai bagaimana perusahaan akan bersaing, apakah yang menjadi tujuan perusahaan, dan kebijakan apakah diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu

perencanaan strategi akan sangat dipengaruhi oleh tujuan dari program pemasaran suatu perusahaan.

Dalam hal ini peranan bauran pemasaran sangat penting karena kegiatan tersebut memberikan pengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya dalam memperoleh laba. Secara umum bauran pemasaran menekankan pada pengertian suatu strategi yang menggabungkan antara produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan distribusi (place).

Kesemuanya itu diarahkan untuk dapat menghasilkan omset penjualan yang maksimal atas produk yang di pasarkan pada konsumen.

Pemasaran merupakan sesuatu yang bersifat dinamis dan memiliki jangkauan yang sangat luas. Pemasaran lebih dipandang sebagai seni dari pada ilmu. Pemasaran juga merupakan faktor yang sangat penting dalam usaha yang dijalankan. Dalam berbagai usaha bisnis yang berkembang saat ini, baik yang menghasilkan barang atau jasa, peran pemasaran sangatlah penting karena merupakan salah satu faktor kunci penentu keberhasilan bisnis. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu mengantisipasi dan menghadapi segala situasi dan kondisi agar mampu bersaing. Salah satu upaya yang perlu diwujudkan dalam menghadapi kondisi tersebut adalah harus mampu memanfaatkan perkembangan ilmu dan teknologi secara efektif dan efisien serta merealisasikan tujuan perusahaan.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, para pelaku usaha harus memiliki suatu perencanaan mengenai pemasaran dalam memasarkan setiap produknya sehingga dapat bersaing dengan lawan bisnis usaha lainnya. Perencanaan pemasaran yang mendukung dalam memasarkan terhadap pelanggan yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (Marketing mix). Dengan menggunakan bauran pemasaran maka perilaku usaha diharapkan mampu membuat peningkatan penjualan dengan baik secara bertahap. Usaha kuliner Roti Kukus Dan Bakar

Assyifa merupakan salah satu kuliner dengan ciri khas Roti yang di kukus. Usaha kuliner roti kukus ini termasuk usaha kuliner yang diminati di kalangan masyarakat di kalangan muda maupun beranjak usia. Maka dari itu bauran pemasaran sangat penting bagi usaha kuliner yang bersifat (UMKM) usaha mikro, kecil dan menengah karena dibutuhkan perencanaan seperti promosi, produk, tempat, dan harga permasalahan yang terjadi dalam usaha kuliner Roti Kukus Dan Bakar Assyifa cukup minim dalam melakukan promosi terkait produk yang ditawarkan dan produk yang cuman 2 jenis yaitu roti kukus dan bakar sehingga konsumen tidak dapat memilih makanan yang ada dan tempat yang kurang strategis dan persaingan usaha kuliner roti sudah mulai banyak pesaing, sehingga tidak dapat menjangkau target yang lebih luas dan tidak dapat meningkatkan omset penjualan.

Keberadaan roti yang mulai disukai oleh semua lapisan masyarakat terutama di kalangan remaja menjadikan peluang usaha kuliner roti ini semakin menjanjikan. Keadaan ini menjadikan skala usaha yang bergerak di bisnis roti pun beragam, mulai dari yang kecil, menengah dan besar. Banyak usaha kuliner roti berskala kecil di seluruh Indonesia yang tetap bertahan dan mampu berkembang meskipun terkena dampak krisis ekonomi. Padahal jika di teliti lebih jauh, modal awal yang dimiliki oleh pemilik usaha tersebut adalah keterampilan membuat roti dan kemampuan menangkap peluang pasar yang ada di sekelilingnya. Roti kukus dan bakar Assyifa merupakan perusahaan kecil menengah yang bergerak pada bidang kuliner, produk yang di hasilkan perusahaan pada awal pendiriannya berupa roti kukus berbagai rasa ada yang manis maupun asin, lalu seiring dengan banyaknya permintaan roti kukus dan bakar assyifa pun menambah variasi produk berupa roti bakar assyifa dengan berbagai rasa seperti keju, strawberry, room butter, green tea, tiramisu, coklat, dan yang asin seperti Telor Mayo, Sosis, Kornet, Chicken Nugget, dan Beef Telor.

Rekapitulasi Penjualan Roti Kukus Januari-Desember 2021

Tabel 1. Omset Penjualan Roti kukus assyifa

No	Bulan	Target	Jumlah penjualan	
			Realisasi	Pencapaian
1	Januari	1300	1100	85%
2	Februari	1300	1066	82%
3	Maret	1300	1196	92%
4	April	1040	676	65%
5	Mei	1300	1143	88%
6	Juni	1300	1300	100%
7	Juli	1430	1322	92%
8	Agustus	1352	1300	96%
9	September	1430	1040	73%
10	Oktober	1300	910	70%
11	November	1300	884	68%
12	Desember	1300	802	62%
Grand Total		15652	12739	81%

(Sumber: Roti Kukus Dan Bakar Assyifa 2021)

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat pada bulan Februari terjadi penurunan penjualan sebesar 3%, dibulan Maret mengalami kenaikan kembali dan pada bulan april terjadi penurunan sebesar 30% kembali mengalami kenaikan pada bulan mei sampai agustus hingga mengalami penurunan signifikan sebesar 34%, dengan kondisi pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yang mengalami permasalahannya pada perusahaannya, masalah-masalah tersebut diantaranya seperti produk yang masih sedikit dan menu yang masih roti kukus saja tidak adanya paketan yang seperti contoh roti kukus tambah minuman, promosi yang dilakukan masih terbatas dan belum meluas, dan masalah tempat yang kurang strategis seperti parkir yang kurang memadai untuk kendaraan roda empat maupun roda dua, dan masalah harga yang terus naik tanpa ada pemberitahuan terlebih dahulu dan jarang nya promo diskon, dengan itu penulis tertarik untuk meneliti di Roti Kukus Dan Bakar Assyifa.

Masalah-masalah tersebut yang dijadikan omset penjualan tidak stabil, maka dari itu pemasaran sangatlah penting dalam hal mengembangkan usaha terutama usaha berskala kecil dan menengah. Karena inti utama dari kegiatan pemasaran yang dikenal luas mencakup adalah baruan pemasaran (Marketing Mix) yang mencakup 4p (product, price, place, promotion). Ke empat variabel tersebut merupakan kombinasi yang mempunyai peran yang sama dan merupakan satu kesatuan guna menunjang sukses perusahaan. Maka dari itu, untuk mengetahui lebih jauh tentang bauran pemasaran yang digunakan pada roti kukus dan bakar assyifa dalam meningkatkan penjualannya, maka penulis tertarik untuk melakukan pengamatan dengan judul “Bauran Pemasaran Roti Pada CV Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi”.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menjelaskan metode deksriptif kualitatif, menurut Sugiono (2018:15) adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme yang biasa digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan melakukan melukiskan suatu keadaan secara objektif atau berdasarkan fakta yang ada. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data metode wawancara, metode observasi, dan metode keputusan.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis sebagai berikut:

1. Metode wawancara (Interview)
Merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada owner/karyawan dengan dasar tujuan penelitian.
2. Metode pengamatan (Observasi)
Merupakan metode pengamatan dan pencatatan secara langsung dan sistematis dari objek penelitian untuk memperoleh gambaran nyata kegiatan penelitian.
3. Metode keputusan (Library Research)
Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mengutip dari buku-buku yang ada kaitannya dengan permasalahan objek yang sedang diteliti oleh penulis.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bauran Pemasaran Pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa

Pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi menggunakan empat variabel yaitu menentukan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi 4P, yaitu produk, harga, tempat atau saluran distribusi, dan promosi. Bauran pemasaran yang diterapkan terdiri variabel 4P yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Produk (Product)

Produk yang ditawarkan pada kuliner ini adalah makanan jenis roti dengan merek dagang Roti Kukus Dan Bakar Assyifa. Merek roti ini berawal hanya Roti Kukus Assyifa dan setelah berjalannya waktu pemilik menambahkan menjadi Roti Kukus Dan Bakar Assyifa roti ini tidak jauh dengan produk roti kukus lainnya yang ada di pasaran. Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini berusaha menciptakan produk yang berkualitas melalui proses pembuatan dan penggunaan bahan baku yang terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan baik dari segi rasa dan kualitas bagi konsumen. Dan beberapa produk yang dihasilkan yang paling banyak diminati oleh konsumen yaitu roti kukus rasa keju dan roti kukus keju room butter, adapun klasifikasi produk, meliputi:

- a) Merek dan Kualitas Roti Kukus Dan Bakar assyifa memiliki merek produk ciri khas sendiri di karenakan roti kukus yang langsung dibuat oleh owner dengan kualitas terbaik, dan tidak mengambil roti dari yang lain sehingga dapat membedakan dengan produk pesaing lainnya. Berikut varian produk yang
- b) dihasilkan yaitu terdiri dari roti kukus manis,asin dan roti bakar manis dan asin:

Tabel 2.
Varian Rasa Roti Kukus Assyifa

No	Varian Rasa Roti Kukus				
	Manis	Komposisi	Asin	Komposisi	
1	Keju	Margarin pamilia, <i>winchez gold</i> , susu carnation	13	Telur Mayo	Margarin pamilia, <i>Telur ayam</i> , <i>mayonaisse</i> , saos
2	<i>Room Butter</i>	Margarin pamilia, Butter, susu carnation	14	Telur Mayo Sosis	Margarin pamilia, <i>Telur ayam</i> , <i>mayonaisse</i> , sosis, saos
3	<i>Room Butter Keju</i>	<i>Winchez gold</i> , Margarin pamilia, Butter, susu carnation	15	Telur Kornet mayo	Margarin pamilia, <i>Telur ayam</i> , <i>mayonaisse</i> , Kornet saos
4	<i>Cokelat</i>	Margarin pamilia, Coklat, susu carnation	16	<i>Chicken Nugget</i>	Margarin pamilia, <i>Changp</i> , saos
5	<i>Cokelat Keju</i>	<i>Winchez gold</i> , Margarin pamilia, Coklat, susu carnation	17	<i>Beef Telor</i>	Margarin pamilia, <i>Telur ayam</i> , saos
6	Strawberry	Margarin pamilia, Selai Strawberry, susu carnation	18	Abon	Margarin pamilia, abon ayam, saos
7	<i>Strawberry Keju</i>	Margarin pamilia, <i>Winchez gold</i> , Selai Strawberry, susu carnation	19	Abon Moza	Margarin pamilia, abon ayam, <i>mozarella</i> saos
8	<i>Green tea</i>	Margarin pamilia, Selai <i>green tea</i> , susu carnation			
9	Green tea keju	Margarin pamilia, Selai <i>green tea</i> , susu carnation, <i>Winchez gold</i>			
10	Cokelat Kacang	Kacang, Margarin pamilia, Coklat, susu carnation			
11	Tiramisu	Margarin pamilia, Kopi tiramisu, susu carnation			
12	Tiramisu keju	<i>winchez gold</i> , Margarin pamilia, Kopi tiramisu, susu carnation			

(Sumber: Roti Kukus Dan Bakar Assyifa, 2021

Dilihat dari tabel 2, varian roti yang ditawarkan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa sangat beragam sehingga konsumen dapat merasakan varian rasa yang berbeda saat membeli dan memakan roti tersebut. Kualitas roti pun terjamin karena bahan-bahan yang digunakan untuk membuat roti kukus kualitas terbaik sehingga membuat pelanggan akan

merasa puas, adapun varian rasa yang menjadi andalan dari Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu rasa keju dan room butter di karenakan minatnya yang banyak. Dan kemasan yang di lakukan oleh Roti Kukus dan Bakar Assyifa Dan Roti kukus ini sudah mendapat label halal dari (BPJH) badan penyelenggara jaminan produk halal.

- b) Kemasan (packaging) Kemasan atau disebut juga (packaging) Roti Kukus Dan Bakar Assyifa menggunakan karton dan kertas nasi putih, dan jenis kemasan tersebut dapat dibedakan menjadi dua yaitu :
- 1) Karton jenis ini khusus pembeli yang membawa pulang makanan atau disebut take away dan pembeli yang menggunakan aplikasi pemesanan makanan online, karton ini berbentuk kotak seperti tas kecil yang bias membawa dua roti sekaligus dan ciri khasnya ada pada tengah karton logo Roti Kukus Dan Bakar Assyifa.
 - 2) Kertas nasi putih, untuk membungkus roti yang membeli secara langsung dan makan ditempat. Jenis kertas nasi putih ini banyak ditemukan di pasaran namun desain kertas nasi ini hanya berwarna putih polos tanpa label atau merek apapun.
- c) Label Roti Kukus Dan Bakar Assyifa sudah mendapatkan label halal dari (BPJH) badan penyelenggara jaminan produk halal, dan label halal ditempel di depan pintu masuk ke kuliner Roti Kukus Dan Bakar Assyifa.
- d) Pelayanan Pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Roti Kukus Dan Bakar Assyifa melayani konsumen dengan ramah dan sopan, Pengetahuan yang

dimiliki oleh karyawan sangat baik, Pengetahuan yang diperlukan seorang karyawan meliputi persiapan peralatan, perabotan, dan perlengkapan. dan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan yaitu dengan menyapa terlebih dahulu dan menunjukkan menu pada konsumen dan bentuk pelayanan makan terlebih dahulu dan membayar terakhir.

5. Pengembalian Pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini ada jenis pengembalian apabila pembeli konsumen mengkritik atau ada masalah dengan produk Roti Kukus Dan Bakar Assyifa siap mengganti dengan yang baru apabila produk tidak sesuai pesanan atau tidak sesuai kualitas, walaupun jarang terjadi tetapi apabila pesanan atau permintaan pembeli tidak sesuai jenis rotinya maka pembeli boleh mengembalikan dan akan digantikan sesuai pesanan yang diinginkan.

Data hasil penjualan yang dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa dalam promosi Hut RI kemerdekaan Indonesia dilaksanakan pada bulan Agustus tanggal 17 sampai dengan tanggal 23 agustus 2021 berikut data penjualan :

Tabel 3.
Data Hasil Penjualan Roti Kukus pada bulan Agustus 17- 23 Agustus

Tanggal/hari	Nama Produk	Roti 55 Pcs Terjual	
Selasa 17 Agustus 2021	Keju	12	HS Barang sisa Roti
	Room butter	10	
	Room butter keju	6	
	cokelat	4	
	cokelat keju	2	
	cokelat kacang	1	
	strawberry	0	
	strawberry keju	0	
	green tea	0	
	green tea keju	0	
	trinitas	4	
	trinitas keju	5	
	Telur mayo	4	
	telur sosis mayo	2	
	telur kornet mayo	1	
	chicken nugget	2	
beef telur	1		
alasan	0		
alasan moza	0		
	Total	54	1
tanggal/hari	Nama Produk	Roti 55 pcs Terjual	
Rabu 18 Agustus 2021	Keju	8	HS Barang sisa Roti
	Room butter	5	
	Room butter keju	6	

Prosiding SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi dan Riset Terapan)
Politeknik Sukabumi, 22 Oktober 2022

	cokelat	4	
	cokelat keju	3	
	cokelat kacang	2	
	strawberry	1	
	strawberry keju	0	
	green tea	1	
	green tea keju	0	
	tiramisu	4	
	tiramisu keju	4	
	Telur mayo	5	
	telor sosis mayo	4	
	telor kornet mayo	0	
	chiken nugget	5	
	beef telur	1	
	abon	0	
	abon moza	0	
Total		53	2
tanggal/hari	Nama Produk	Roti 55 Pcs Terjual	BS Barang sisa Roti
Kamis 19 Agustus 2021	Keju	9	
	Room butter	7	
	Room butter keju	5	
	cokelat	2	
	cokelat keju	2	
	cokelat kacang	2	
	strawberry	0	
	strawberry keju	0	
	green tea	1	
	green tea keju	2	
	tiramisu	6	

	tiramisu keju	6	
	Telur mayo	3	
	telor sosis mayo	2	
	telor kornet mayo	5	
	chiken nugget	2	
	beef telur	0	
	abon	0	
	abon moza	0	
Total		54	1

tanggal/hari	Nama Produk	Roti 55 Pcs Terjual	BS BS Barang sisa Roti sisa
sahdu 21 Agustus 2021	Keju	12	
	Room butter	9	
	Room butter keju	7	
	cokelat	5	
	cokelat keju	4	
	cokelat kacang	3	
	strawberry	0	
	strawberry keju	0	
	green tea	1	
	green tea keju	0	
	tiramisu	3	
	tiramisu keju	3	
	Telur mayo	3	
	telor sosis mayo	0	
	telor kornet mayo	2	
	chiken nugget	3	
	beef telur	0	
	abon	0	
	abon moza	0	

Total		55	0
tanggal/hari	Nama Produk	Roti 55 Pcs Terjual	BS Barang sisa Roti
minggu 22 Agustus 2021	Keju	8	
	Room butter	7	
	Room butter keju	2	
	cokelat	5	
	cokelat keju	2	
	cokelat kacang	1	
	strawberry	1	
	strawberry keju	0	
	green tea	4	
	green tea keju	1	
	tiramisu	4	
	tiramisu keju	5	
	Telur mayo	1	
	telor sosis mayo	5	
	telor kornet mayo	5	
	chiken nugget	3	
beef telur	1		
abon	0		
abon moza	0		

Total		55	0
tanggal/hari	Nama Produk	Roti 55 Pcs Terjual	BS Barang sisa Roti
Senin 23 Agustus 2021	Keju	9	
	Room butter	9	
	Room butter keju	5	
	cokelat	4	
	cokelat keju	4	

	cokelat kacang	2	
	strawberry	0	
	strawberry keju	0	
	green tea	1	
	green tea keju	0	
	tiramisu	4	
	tiramisu keju	3	
	Telur mayo	3	
	telor sosis mayo	5	
	telor kornet mayo	2	
	chiken nugget	3	
	beef telur	0	
	abon	0	
	abon moza	0	
Total		54	1
Grand Total		325	5

(Sumber : Roti Kukus Dan Bakar Assyifa 2021)

Dari tabel 3, dapat dilihat bahwa hasil penjualan yang dilakukan oleh dua orang karyawan Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu pada hari Selasa, 17 Agustus 2021 kedai membawa roti 55 pcs di karenakan tanggal 17 agustus promosi dilakukan dengan cara membeli roti 2 pcs rasa keju dan mendapatkan gratis 1 pcs rasa coklat dan terjual roti kukus 54 pcs dengan dominan rata-rata varian rasa keju dan yang asin chicken nugget, kemudian di hari selanjutnya tanggal 18 agustus 2021 pada hari Rabu promosi masih di lakukan sampai hari senin tanggal 23 agustus 2021, dan jumlah sisa atau barang sisa tiap harinya sebesar 1 sampai 5 dengan total seminggu roti kukus terjual 325 pcs dan sisa 5 pcs.

2. Harga (Price)

Penetapan Harga yang dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini menggunakan Penetapan Harga Penyaringan (skin the cream pricing) menetapkan harga yang tinggi untuk menutupi biaya pengembangan promosi atau biaya bahan bahan produk. Strategi yang dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa dalam memperbesar jumlah pelanggan yaitu dengan menetapkan harga

relatif terjangkau. Pada awal usaha ini berjalan harga yang ditawarkan yaitu sebesar Rp 8.000 sampai Rp 13.000 per pcs roti tergantung rasa yang dibuat. Dengan harga tersebut kuliner Roti Kukus Dan Bakar Assyifa mampu memperoleh omset kurang lebih sebesar Rp.900.000/hari. Kemudian harga yang ditawarkan pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa mengalami perubahan yaitu Rp.10.000 sampai Rp.15.000 belum termasuk menambah rasa, dan jika konsumen ingin menambah rasa seperti extra keju dan lainnya konsumen membayar sebesar Rp.4.000. Dan target pasarnya dimulai di kalangan pelajar, mahasiswa hingga masyarakat umum dan perkantoran. Selain itu, penetapan harga tersebut tentunya telah disesuaikan dengan biaya biaya dikeluarkan dan laba yang diinginkan. Dimana biaya-biaya tersebut diantaranya yaitu membeli bahan baku dan peralatan yang dibutuhkan seperti gas, untuk membayar upah karyawan dan biaya untuk keperluan operasional lainnya. Dengan biaya operasional yang dikeluarkan sebesar Rp. 13.500.000/bulan resto kuliner ini mampu memperoleh omset sebesar Rp.36.000.000/bulan dan jika pertahun memiliki omset sebesar Rp.432.000.000.

Tabel 4
Daftar Harga dan Varian menu

No	Varian Rasa			
	Manis	Harga	Asin	Harga
1	Keju	Rp 10,000.00	Telor mayo	Rp10,000.00
2	Room butter	Rp 10,000.00	Telor sosis mayo	Rp13,000.00
3	Room butter keju	Rp 15,000.00	Telor kornet mayo	Rp15,000.00
4	Cokelat	Rp 10,000.00	Chicken nugget	Rp15,000.00
5	Cokelat keju	Rp 14,000.00	Beef telur	Rp20,000.00
6	Cokelat kacang	Rp 15,000.00	Abon	Rp15,000.00
7	Strawberry	Rp 10,000.00	Abon moza	Rp15,000.00
8	Strawberry keju	Rp 14,000.00		
9	Green tea	Rp 10,000.00		
10	Green tea keju	Rp 15,000.00		
11	Tiramisu	Rp 10,000.00		
12	Tiramisu keju	Rp 15,000.00		

(Sumber: Roti Kukus Dan Bakar Assyifa 2021)

3. Tempat/ Saluran Produksi (Place)

Saluran produksi yang dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu dengan menggunakan saluran produksi langsung dan tidak langsung. Pemyaluran produk secara langsung kepada konsumen yang membeli di lokasi dan memakan di lokasi tepatnya, Jl, Bhayangkara No.199. Selabatu. Kec. Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43114, dan untuk tidak langsung konsumen bisa memesan melauli aplikasi seperti Grab, Gojek, dan Shopeefood.

Lokasi Roti Kukus Dan Bakar Assyifa cukup ramai lalu lintas dan berdekatan dengan lokasi

bioskop tetapi lokasi yang ditempati Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini tidak hanya satu kedai, banyak saingan kedai lainnya sehingga konsumen dapat memilih tempat yang sesuai keinginannya. Disamping itu tempat untuk tempat parkir yang kurang strategis sehingga konsumen kesulitan mencari lahan parkir.

Data mingguan yang didata oleh karyawan dan owner Roti Kukus Dan Bakar Assyifa maka di peroleh data roti kukus penjualan selama 2021 yaitu sebagai berikut:

Tabel 5
Data Penjualan Roti kukus Di Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Pada Tahun 2021

Bulan	Varian Rasa						Jumlah	Omset
	Keju	Roma Butter	Cokelat	Tiramisu	Telur mayo	Chicken nugget		
Januari	300	252	153	150	125	120	1100	Rp 16.500.000,00
Februari	294	212	168	140	128	124	1066	Rp 15.990.000,00
Maret	330	265	172	152	143	134	1196	Rp 17.940.000,00
April	150	135	98	84	98	111	676	Rp 10.140.000,00
Mei	312	275	144	143	134	135	1143	Rp 17.145.000,00
Juni	350	300	200	150	145	155	1300	Rp 19.500.000,00
Juli	300	350	222	184	124	152	1332	Rp 19.980.000,00
Agustus	300	350	200	150	145	155	1300	Rp 19.500.000,00
September	250	232	144	145	134	135	1040	Rp 15.600.000,00
Oktober	220	202	140	111	110	127	910	Rp 13.650.000,00
November	197	221	124	125	105	112	884	Rp 13.260.000,00
Desember	189	140	125	145	95	108	802	Rp 12.030.000,00
Grand total	3192	2934	1890	1679	1486	1568	12749	Rp 191.235.000,00

(Sumber: Roti Kukus Dan Bakar Assyifa 2021)

4. Promosi (promotion)

Promosi merupakan kegiatan yang digunakan Roti Kukus Dan Bakar Assyifa dalam rangka memberikan informasi kepada konsumen yang bertujuan untuk mengadakan informasi komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, berikut ada beberapa cara promosi yang dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa:

- a) Penjualan langsung (Personal selling) Promosi yang digunakan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada calon pembeli. Adapun jenis promosi yang diterapkan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu dengan penjualan langsung di lokasi (Personal selling) dengan cara menawarkan langsung ke pembeli dengan tujuan agar dapat mengajak pembeli untuk membeli produk yang dijual. Kemudian promosi penjualan yang dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu dengan memberikan bonus seperti membeli dua roti kukus rasa keju gratis satu roti kukus rasa coklat dengan maksud agar konsumen tertarik untuk membeli produk Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini.
- b) Mulut ke mulut (word of mouth) Dalam melakukan promosi Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini juga melalui mulut kemulut seperti melalui teman dekat dan teman selanjutnya memberitahukan kepada teman lainnya, hal ini biasanya dilakukan untuk mempromosikan produk terhadap masyarakat di sekitar Roti Kukus Dan Bakar Assyifa.
- c) Penjualan melalui sosial media Roti Kukus Dan Bakar Assyifa, melakukan penjualan melalui promosi di sosial media, seperti instagram, facebook, dan whatsapp, selain

itu promosi melalui browser yang diberikan informasi tentang Roti Kukus Dan Bakar Assyifa dan di bagikan disekitar lingkungan lokasi Roti Kukus Dan Bakar Assyifa bertujuan untuk menarik pelanggan yang tidak mempunyai sosial media karena Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini bisa di nikmati oleh semua kalangan, dan promosi melalui aplikasi gojek, grab dan shopefood sehingga konsumen yang tidak datang langsung pun bisa membeli melalui apk tersebut dengan biaya yang sedikit berbeda dikarenakan bagi hasil dengan aplikasi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada para konsumen. Sebagian besar dari mereka mengetahui Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini dari mulut kemulut, seperti yang dipaparkan oleh Rido selaku konsumen bahwa beliau mengetahui Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini dari teman yang bekerja di Roti Kukus Dan Bakar Assyifa. Sejak saat itu, beliau menjadi pelanggan tetap dari Roti Kukus Dan Bakar Assyifa. Menurut beliau Roti Kukus Dan Bakar Assyifa memiliki tekstur lembut dan memiliki rasa yang enak.

Selanjutnya, mengungkapkan bahwa ia membeli roti kukus di Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu pada saat berlokasi di jl. Kartini Gunung puyuh pada tahun 2020 hingga sekarang yang berlokasi di Jl. Bhayangkara No 199, karena ia sangat gemar dengan makanan jenis roti, maka selama kuliah ia sering membeli roti tersebut hingga bekerja sekarang. Ia juga mengungkapkan bahwa Roti Kukus Dan Bakar Assyifa memiliki rasa yang enak dan harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau untuk kalangan masyarakat.

Konsumen lain juga mengungkapkan bahwa Roti Kukus Dan Bakar Assyifa memiliki rasa yang enak dan lembut. Harga yang ditawarkan terjangkau

dan cocok untuk sarapan dikarenakan macam varian rasa yang manis dan asin sehingga konsumen pun tertarik untuk sarapan roti sebelum melakukan aktivitas.

5. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Bauran pemasaran yang sudah dilakukan pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu kombinasi marketing mix:

- a) Promotion dan Product, Roti Kukus Dan Bakar Assyifa melakukan promosi pada produk yaitu "Beli 2 gratis 1" promo ini hanya berlaku untuk yang membeli 2 roti rasa keju akan mendapatkan 1 roti rasa coklat. Promo ini dilakukan pada saat hari kemerdekaan Indonesia pada tahun 2021. Kombinasi produk dan promosi lainnya dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu dengan melakukan promosi melalui sosial media dan brosur yang di bagikan kepada masyarakat sekitar.
- b) Promosi, Place dan, Roti Kukus Dan Bakar Assyifa melakukan distribusi secara tidak langsung atau dengan aplikasi makanan online, dan melakukan promosi seperti gratis ongkir di aplikasi makanan online dengan syarat tidak lebih dari 2 kilo meter yang dituju.
- c) Price dan place, harga yang ditawarkan Roti Kukus Dan Bakar Assyifa ini berbeda dikarenakan ada dua jenis yaitu secara langsung dan tidak langsung:
 - a. Secara langsung Roti Kukus Dan Bakar Assyifa menawarkan harga dari Rp.10.000 sampai dengan Rp.15.000.
 - b. Secara tidak langsung atau di aplikasi makanan online Roti Kukus menawarkan harga yang sama namun dari pihak aplikasi online menambahkan harga sebesar 20% dengan itu harga roti kukus Rp.13.000 sampai dengan Rp.18.000.

B. Kendala-Kendala Bauran Pemasaran yang dihadapi Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi

Bauran pemasaran pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa memiliki beberapa kendala dalam melakukan pemasarannya. Adapun kendala-kendala dari bauran pemasaran yang dihadapi oleh si Roti Kukus Dan Bakar Assyifa adalah sebagai berikut:

- a) Produk (Product) Kendala pada product tidak adanya label halal ataupun logo di desain yang dibuat di kemasan roti kukus dan untuk produk masih sedikit, dan

kemasan yang kecil untuk take away yang membeli banyak.

- b) Harga (Price) Kendala dalam harga yaitu harga yang ditawarkan lebih tinggi dari harga roti kukus lainnya.
- c) Tempat (Place) Kendala pada tempat yang dihadapi oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa tidak tersedianya tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda empat sehingga konsumen menjadi kesulitan untuk memarkir kendaraannya. Dan untuk meja dan kursi di Roti Kukus Dan Bakar Assyifa masih menggunakan meja dan belum memenuhi standar kenyamanan.
- d) Promosi (Promotion) Kendala dalam promosi yang dihadapi Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu belum adanya anggaran khusus untuk melakukan promosi baik melalui Tv, radio, dan brosur yang memerlukan biaya cukup banyak media sosial yang dimiliki Roti Kukus Dan Bakar Assyifa seperti, Facebook jarang digunakan sehingga tidak adanya aktivitas promosi dan interaksi antara produsen dan konsumen di media sosial.

C. Solusi yang dihadapi untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan penjualan pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa

Adapun solusi dari kendala bauran pemasaran pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu dengan cara memperbaiki kendala-kendala tersebut. Berikut adalah solusi yang dilakukan oleh Roti Kukus Dan Bakar Assyifa sebagai berikut:

1. Produk (product)

Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi telah melakukan inovasi pada menu yaitu dengan menciptakan menu baru yang lebih bervariasi dan berbeda dari kedai Roti Kukus lainnya seperti cita rasa dan aroma khusus untuk menjadi ciri khas Roti kukus Dan Bakar Assyifa. Dan seharusnya Roti Kukus Dan Bakar Assyifa membuat kemasan desain yang menarik dan menempel logo mereka di kertas nasi putih, dan untuk kemasan karton harusnya ada yang muat untuk empat roti sehingga konsumen tidak kesulitan untuk membawa roti kukus yang dipesan.

2. Harga (Price)

Memberikan kualitas terbaik dari bahan-bahan pilihan yang lebih unggul dari roti kukus lainnya, dan tetap mempertahankan cita rasa namun jika ada kenaikan harga sebaiknya diberikan informasi terlebih dahulu.

3. Tempat (Place)

Mencoba menyusun tatanan lahan parkir bersama kedai lain biar parkir terlihat luas dan tidak sempit, untuk meja diganti dengan meja dan kursi yang dapat membuat konsumen nyaman dan diperbanyak lagi meja dan kursinya.

4. Promosi (Promotion)

Menyediakan anggaran khusus untuk mempromosikan produk Roti Kukus Dan Bakar Assyifa, dan sosial media seperti facebook yang jarang aktif lebih di aktifkan kembali dan gunakan untuk promosi di sosial media lainnya.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai penerapan bauran pemasaran pada Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi dapat diketahui beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Roti Kukus Dan Bakar Assyifa Kota Sukabumi menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu product, price, place, dan promotion dari segi produk, harga dan promosi. Roti Kukus Dan Bakar Assyifa memiliki produk berjenis makanan yang siap saji yaitu roti kukus dan roti bakar dan minuman seperti coffe dan lainnya. Roti kukus dengan banyak varian rasa seperti keju, room butter, coklat, tiramisu, green tea, strawberry, dan lainnya sedangkan yang asin ada telur mayo, telur sosis, telur kornet, chicken nugget, beef telur, dan abon dan harga yang cukup terjangkau di kalangan pelajar, mahasiswa, maupun masyarakat lainnya, harga yang ditawarkan Rp.10.000 sampai dengan Rp.15.000 dari segi promosi Roti Kukus Dan Bakar Assyifa sudah menggunakan aplikasi gojek, sosial media lainnya seperti, instagram, facebook, dan whatsapp dan Roti Kukus Dan bakar Assyifa memberikan promosi produk yaitu dengan beli 2 gratis satu dengan membeli dua roti rasa keju dan gratis rasa coklat promosi ini berlaku hanya bulan agustus tanggal 17 sebagai memperingati hut RI Indonesia sampai dengan tanggal 23 agustus. Roti Kukus Dan Bakar Assyifa memiliki tempat yang strategis dan terjangkau karena situasi jalan yang ramai dan banyak kendaraan umum lainnya seperti angkot, gojek dan berdekatan dengan lokasi bioskop dan banyak toko-toko lainnya.
2. Kendala dalam promosi yang dihadapi Roti Kukus Dan Bakar Assyifa yaitu belum adanya

anggaran khusus untuk melakukan promosi baik melalui TV, radio, dan brosur yang memerlukan biaya cukup banyak media sosial yang dimiliki Roti Kukus Dan Bakar Assyifa seperti, facebook jarang digunakan sehingga tidak adanya aktivitas promosi dan interaksi antara produsen dan konsumen lainnya.

3. Solusi dalam promosi yaitu menyediakan anggaran khusus untuk mempromosikan produk Roti Kukus Dan Bakar Assyifa, dan media sosial Facebook yang jarang aktif lebih di aktifkan kembali dan gunakan untuk promosi di sosial media lainnya.

REFERENSI

- [1] Alimin, Erlina, dkk., “Manajemen Pemasaran kajian Era Bani Moder,” Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi, 2022.
- [2] Firli Musfar, Tengku., “Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran” Bandung: CV. media sains Indonesia, 2020.
- [3] Hartini., “Pengantar Manajemen Teori dan Konsep” Bandung: CV, media sains Indonesia, 2021.
- [4] Ismanto, Juli., “Manajemen Pemasaran” Tangerang Selatan, Lembaga Pengembangan dan Pembelajaran Universitas Pamulang, 2020.
- [5] Sugiono, “Metode Penelitian Kuantitatif” Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- [6] Sunyoto, Danang, “Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus” Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service), 2020
- [7] Sutrisno, Edy., “Manajemen Sumber Daya Manusia” Jakarta: KENCANA, 2017
- [8] Widjono, Hadjon., “Entrepreneurial Mindsets dan Skill” Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021.
- [9] Qona’ah, Siti., “Dasar Dasar Manajemen” Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika, 2020.
- [10] Zainurossalamia, Saida., “Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi” Lombok: Forum Pemuda Aswaja, 2020