

Strategi pemasaran Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Toko Namira Bakery Desa Pasaran Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang

Nur Sahira¹, Mochtar Luthfi M²

^{1,2} Universitas Islam Makassar

*Corresponding Author
mochtarluthfi_dpk@uim-makassar.ac.id

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: (1) strategi yang dilakukan dalam meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery (2) faktor pendukung dalam meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery serta (3) faktor penghambat dalam meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dimana metode ini menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa (1) Toko Namira Bakery dalam meningkatkan pelayanan menggunakan strategi pemasaran dengan memerhatikan bauran pemasaran 4P: Produk (product) yang dimaksud yaitu memerhatikan kualitas produk yang dibuat mulai dari proses produksi sampai pada pemasaran, Harga (price) dimana harga sesuai dengan keinginan konsumen yaitu harga yang bersahabat tapi kualitas produk yang baik, Promosi (promotion) dimana promosi yang baik kepada konsumen bisa dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung, Tempat (place) tempat yang strategis dan nyaman merupakan hal penting dalam bisnis karna akan menjadikan bisnis lebih mudah dijangkau dan dikenali (2) faktor pendukung memengaruhi peningkat pada Toko Namira Bakery karena memiliki tempat yang strategis dan metode promosi yang baik (3) Faktor yang menghambat yaitu pengaruh kurang manajemen waktu dan karyawan. Keywords : Strategi Pemasaran, Faktor Penghambat, faktor pendukung

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Faktor Penghambat, Faktor Pendukung

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pemasaran pada saat ini memicu banyaknya perusahaan untuk memilih sumber daya yang mampu bersaing dan memberikan nilai yang memungkinkan serta dapat tumbuh dan mampu memberikan manfaat bagi banyak kalangan. Dalam memasuki era teknologi digital, manajemen pemasaran adalah tindakan terencana untuk memasarkan produk dan menciptakan loyalitas pelanggan membutuhkan adanya konsep yang terarah dan terstruktur. Terstruktur berarti kegiatan pemasaran telah direncanakan dengan baik dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi hasil yang diperoleh sesuai dengan target yang direncanakan. Konsep ini yang menjadi acuan bagi organisasi untuk mengarahkan konsep pemasaran memahami perilaku konsumen sehingga terciptanya hubungan pelanggan yang menguntungkan.

Untuk menunjang keberhasilan suatu usaha diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Dengan demikian, sebagai penggerak usaha dibutuhkan berbagai keahlian, diantaranya jiwa yang kreatif, peka terhadap permintaan dan perubahan pasar, pandai



membuat terobosan dalam hal pemasaran, serta mempunyai jiwa entrepreneurship. Selain itu, penggerak usaha harus mempunyai kemampuan kepemimpinan yang memadai karena industri roti merupakan kegiatan yang bersifat kolektif. Berdasarkan hal tersebut, pengusaha harus membekali diri dengan pengetahuan yang cukup sebelum memulai usaha. Misalnya, pengetahuan tentang teknik pembuatan roti, pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pengelolaan SDM. Sementara itu orang yang berhubungan dengan konsumen, seperti pedagang roti keliling dan penjaga toko harus dilatih agar pembeli dilayani dengan baik, pelayanan yang baik juga dapat berarti upaya maksimum yang mampu diberikan oleh perusahaan jasa pelayanan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai tingkat kepuasan tertentu, serta memberikan pelayanan secara prima kepada pelanggan untuk memenangi persaingan.

Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu. Aterman mendefinisikan strategi sebagai serangkaian tindakan yang koheren dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan atas suatu persaingan, dalam meningkatkan jumlah atau posisi pelanggan dan mengalokasikan sumber daya. Defenisi strategi/manajemen strategi mengacu pada misi dan keunggulan kompetitif berkelanjutan yang secara implisit menunjukkan sifat futuristic dari manajemen strategi. Manajemen strategis mengelola masa depan atau bersaing untuk masa depan.

Pentingnya strategi bagi perusahaan

- a. Memberi arah jangka panjang yang akan dituju.
- b. Membantu perusahaan atau organisasi beradaptasi pada perubahan – perubahan yang terjadi.
- c. Membuat suatu perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif.
- d. Mengidentifikasi keunggulan komparatif suatu perusahaan atau organisasi dalam lingkungan yang semakin beresiko.
- e. Aktivitas yang tumpang tindih akan dikurangi.
- f. Keengganan untuk berubah dari karyawan lama dapat dikurangi.
- g. Keterlibatan karyawan dalam perubahan strategi akan lebih memotivasi mereka pada tahap pelaksanaannya.
- h. Kegiatan pembuatan strategi akan memprtingi kemampuan perusahaan atau organisasi tersebut untuk mencegah munculnya masalah di masa mendatang.

Pemasaran

Pemasaran yaitu suatu proses sosial yang manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Pemasaran juga sering disebut marketing yaitu aktifitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan dari klien dari perusahaan.

Stanton berpendapat bahwa pemasaran adalah keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli yang ada dan calon pembeli. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan pemasaran terdapat sistem hubungan bekerja kepada pihak lain.

Pelayanan

Pelayanan merupakan tindakan atau aktivitas yang dilakukan untuk membuat konsumen merasakan hal yang dapat dibandingkan dari apa yang konsumen itu harapkan. Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan berarti melayani suatu jasa yang dibutuhkan oleh yang dilayani dalam segala bidang. Pengertian pelayanan menurut Kurniawan (2013:128), pemberian pelayanan (melayani) keperluan orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. kecil.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dimana menggunakan metode wawancara dan dokumentasi, dengan menggunakan metode tertulis digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang hal-hal yang ia ketahui mengenai sesuatu yang dipertanyakan guna mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, serta penelitian ini bertujuan untuk menciptakan gambaran atau mencoba menggambarkan peristiwa atau gejala secara sistematis dan realistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran Toko Namira Bakery dalam meningkatkan pelayanan

Penelitian ini dilakukan di lakukan dengan datang langsung dan wawancara langsung di Toko Namira Bakery yang merupakan usaha roti dan cake usaha yang dulunya hanya menjual varian seadanya sekarang telah berkembang dengan menjual berbagai jenis

varian, toko ini adalah usaha sampingan dari sang pemilik toko yaitu ibu Nimra Maizar Baddu atau bisa dipanggil ibu Nimra, walaupun hanya menjadi usaha sampingan tapi tak luput dari tanggung jawabnya sebagai pemilik toko ibu Nimra sangat memperhatikan pelayanan dan kualitas dari produk yang dibuat serta sangat memperhatikan kenyamanan konsumen. Ibu Nimra menggunakan metode pemasaran mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan media sosial. Pemilik usaha Toko Namira Bakery oleh ibu Nimra lebih banyak memanfaatkan media sosial dalam perkembangan usaha yang dimiliki yang beralamat di jalan poros Enrekang-Toraja yang lokasinya pun sangat strategis sehingga menjadikan toko roti ini sebagai toko roti yang di minati orang yang berlalu lalang bahkan banyak yang menjadikan sebagai ole-ole.

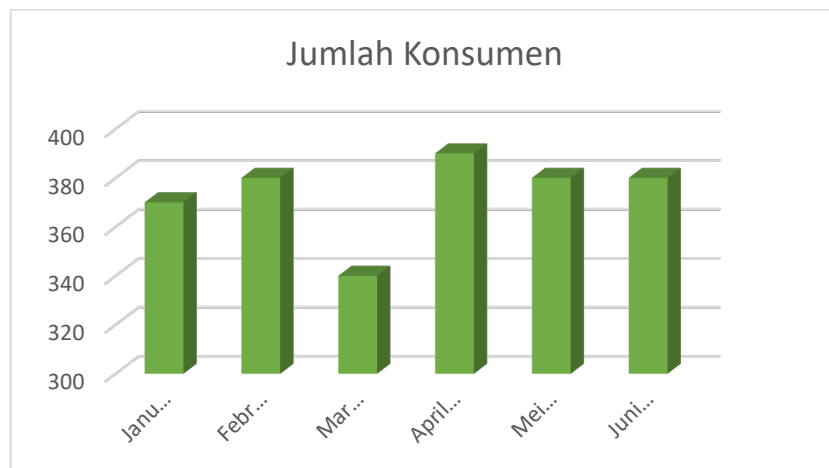
Pesaing usaha yang semakin ketat dengan banyaknya pesaing dari luar dan dalam daerah yang sama, bauran pemasaran adalah sebuah komponen yang digunakan ibu Nimra dalam meningkatkan pelayanan. Berikut ini jawaban dari ibu Nimra dalam wawancara "dalam kegiatan usaha hal yang harus diperhatikan adalah kepuasan konsumen terhadap apa yang dikerjakan yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen tanpa memandang kelas sosial, selalu bersikap ramah dan sopan kepada pembeli karena pembeli adalah raja, menjaga kualitas produk, dan memberi kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang kami produksi berkualitas dengan harga yang bersahabat dengan banyak varian karena pelanggan kami ada yang dari luar dari luar sehingga kami sangat memperhatikan kualitas dan harga"

Jadi dapat disimpulkan wawancara tersebut dalam meningkatkan pelayanan di Toko Namira Bakery yaitu memperhatikan kepuasan konsumen terhadap bagaimana pelayanan yang baik akan menarik minat konsumen terhadap Toko Namira Bakery ketika konsumen merasa puas maka peningkatan konsumen pada Toko Namira Bakery akan meningkat. membangun kepercayaan konsumen bahwa produk yang berkualitas dan harga yang bersahabat dengan itu maka para konsumen akan senantiasa merasa nyaman dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan.

Toko Namira Bakery telah menerapkan dalam strategi bauran pemasaran pada usaha yang telah dijalankan dalam meningkatkan pelayanan. Agar pelayanan yang sudah dijalankan mendapatkan citra yang baik dari para kalangan konsumen baik dari yang menggunakan media sosial sampai pada konsumen yang datang langsung ke toko.

Tabel 1. Jumlah Konsumen Toko Namira Bakery

Bulan	Jumlah konsumen
Januari 2023	370
Februari 2023	380
Maret 2023	340
April 2023	390
Mei 2023	380
Juni 2023	380



Sumber Toko Namira Bakery

Tabel dan grafik diatas menunjukkan jumlah konsumen dari bulan januari 2023 sampai bulan juni 2023, mengalami fase naik turun karena disebabkan oleh berbagai faktor seperti pada bulan maret mengalami penurunan Karena bertepatan dengan bulan suci ramadhan tetapi pada bulan april 2023 mengalami peningkatan kembali karena pada bulan tersebut banyak pemesan kue dari untuk lebaran baik dari luar daerah maupun dari masyarakat setempat.

Bauran pemasaran 4P sangat berperan penting pada Toko Namira Bakery dalam peningkatan pelayanan. bauran pemasaran yaitu produk, hal ini disampaikan oleh ibu nimra pemilik toko dalam wawancara yaitu

“menjaga kualitas produk, dan memberi kepuasan dari produk yang diproduksi adalah tujuan yang paling utama agar para konsumen tidak bosan dengan produk kami maka kami membuat berbagai varian roti dan cake dengan mengikuti perkembangan modernisasi seperti membuat roti beragam mulai dari roti bakso yang disukai anak-anak, ada juga roti kering dan roti pisang coklat yang diminati anak remaja, serta berbagai varian rasa seperti abon yang banyak diminati oleh ibu rumah tangga dan bapak-bapak dan roti sobek yang dipesan dari berbagai toko dan juga sebagai ole-ole dari banyak kalangan”

Terbukti dari hasil wawancara oleh ibu Suriani salasatu konsumen di Toko Namira Bakery yaitu:

“kualitas produk sudah baik dan karena rasa yang enak dan memiliki banyak varian rasa”

Lebih jelas juga dikatakan haslinda selaku konsumen pada Toko Namira Bakery

“iya produknya suda sangat baik saya sering membeli ole-ole disini untuk keluarga saya dirumah”

Pernyataan konsumen Toko Namira Bakery mengenai sistem pelayanan yang diberikan

“pelayanannya suda baik karyawannya pun sangat ramah dan sopan terhadap setiap pelanggan”

Dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa produk dan pelayanan yang baik dapat menarik minat konsumen untuk selalu mengunjungi usaha yang di jalankan, serta dari bnyaknya varian rasa dapat membuat seorang memiliki rasa untuk selalu ingin mencoba rasa baru dari roti yang diproduksi.

Peran harga dalam peningkatan omset penjualan di toko namira bakery, hal ini disampaikan oleh yusuf konsumen pada toko namira bakery dalam wawancara yaitu

“roti disini suda dalam kategori terjangkau melihat dari kualitas produk yang d produksi sudah sangat baik”

Juga disampaikan oleh kak musfira pada wawancara

“saya sering membeli roti disini untuk dibawa pulang ke rumah karna harganya suda termasuk murah dengan kualitas dan rasa yang enak saya sangat puas dengan harga yang di tawarkan.”

Dari hasil wawancara tersebut dapat di simpulkan bahwa harga yang di tawarkan pada Toko Namira Bakery suda cocok dengan pasaran karena kualitas produk yang beragam dan cita rasa yang enak menjadikan harga yang ditentukan suda bersaing di pasaran.

Komponen selanjutnya yaitu promosi, promosi sangat penting dalam dunia usaha karena promosi sebagai wadah pengenalan produk kepada konsumen untuk mempengaruhi omset penjualan dalam hal ini disampaikan oleh ibu nimra dalam wawancara

“promosi yang kami lakukan melalui media sosial seperti wa, instagram, facebook, dan tiktok ada juga dilakukan dari mulut ke mulut para konsumen dan juga karyawan saya kepada kosumen, jika promosi yang dilakukan baik dan tepat, dan menarik maka dapat menarik minat para konsumen untuk datang berbelanja di tiko kami”.

Pemasaran adalah suatu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi dunia usaha sekarang ini, pemasaran menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Memiliki

pengetahuan mengenai pemasaran merupakan hal penting bagi seluruh perusahaan pada saat dihadapkan pada permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga memberikan dampak melambatnya pertumbuhan pada perusahaan dan hal ini juga dapat sebagai tolak ukur sebagai sukses tidaknya sebuah usaha dalam mencapai tujuannya.

Tujuan dari sebuah usaha adalah mencari laba, dalam mewujudkan tujuan usaha maka suatu usaha harus memiliki strategi pemasaran yang baik. Strategi pemasaran merupakan upaya untuk memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasaran dan kebutuhan keinginan pelanggan/konsumen Mubarak (2017:75). Strategi pemasaran memberikan arahan kepada pelaku usaha untuk mengendalikan segala aspek guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Zamrodah (2016). Keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix, produk, distribusi dan harga Kurtz (2008:42)

Faktor pendukung dalam meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery.

Menurut Riyanti (2003:29) keberhasilan usaha yaitu usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif.

Keberhasilan usaha Toko Namira Bakery dipengaruhi oleh kemampuan pemilik usaha yang tercermin melalui pengetahuan dalam mengelolah usaha, sikap yang ramah kepada pelanggan toko yang membuat para pelanggan untuk datang terus menerus karena sikap pelayanan yang baik, serta kreatif dalam menjalankan bisnis, maka dapat memberikan pelayanan yang baik pada konsumen di media sosial, dengan mengikuti perkembangan teknologi yang menjadikan media sosial sebagai sarana pemasaran online bagi Toko Namira Bakery yang membuat kesadaran kepada sang pemilik toko untuk

menjadi kreatif dalam mempromosikan produk usahanya kepada konsumen yang menjadikan konsumen tertarik dan melebur kedalam promosi yang dilakukan guna meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery dengan menggunakan media sosial sebagai pemikat produk yang masuk akal, menarik, jujur dan mudah dipahami.

Keberhasilan usaha Toko Namira Bakery juga dipengaruhi oleh keunggulan lokasi tempat berdirinya suatu usaha, tempat berdirinya usaha toko namira bakery yang strategis menjadikan usaha ini mudah untuk didapatkan dan dijangkau konsumen karena berada tepat di jalan poros penghubung dua Kabupaten di Sulawesi Selatan yaitu Kabupaten Enrekang dan Kabupaten Tanah Toraja dimana diketahui Kabupaten Tanah Toraja adalah kabupaten yang memiliki banyak wisatawan baik dari wisatawan dalam maupun wisatawan luar, sehingga lokasi yang ditempati toko namira bakery sangat unggul dalam pembelian oleh-oleh. Pemberian pelayanan yang dilakukan oleh toko namira bakery juga sangat cukup baik dapat dilihat dari fasilitas tempat parkir yang nyaman dan luas.

Faktor penghambat dalam meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery

Dalam dunia usaha pasti memiliki hambatan atau rintangan dalam pengembangan usaha yang dilakukan. Dari sinilah pengusaha diuji pengetahuan dan ketangguhan dalam berwira usaha. Berikut hambatan yang dialami oleh toko namira bakery dalam meningkatkan pelayanan

1. Kurangnya manajemen waktu
2. Permintaan konsumen yang beragam
3. Kurangnya tenaga kerja

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari data penelitian mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

(1) Strategi pemasaran dalam meningkatkan pelayanan pada toko namira bakery dilakukan dengan memerhatikan bauran pemasaran 4P yaitu Penerapan 4P dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan pelayanan sangat baik dengan penerapan 4P dalam strategi bisnis menjadikan omzet pemasaran meningkat.

(2) Faktor pendukung dalam meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery Pemimpin yang baik dan cerdas dan mampu bersaing di dunia moderen, strategi promosi yang tepat dan kreatif serta lokasi yang strategis maka pengelolaan usaha akan baik dan mampu mempengaruhi konsumen sehingga konsumen meningkat maka pendapatan dan

tujuan dari usaha yang dijalankan akan meningkat.

(3) Faktor penghambat dalam meningkatkan pelayanan pada Toko Namira Bakery. Kurangnya manajemen waktu yang mengakibatkan stok barang tidak laku permintaan konsumen yang beragam di era persaingan bisnis yang semakin meningkat mengalami kewalahan dalam memproduksi barang yang sesuai selera konsumen, serta kurangnya tenaga kerja yang mengakibatkan ketidaknyamanan akibat membuat pelanggan mengantri

REFERENSI

- Abdullah,Thamrin dan Francis Tantri. (2016). Manajemen Pemasaran. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Ahmad. 2020. Manajemen Strategi. Makassar: Cv Nas Media Pustaka.
- Alma, B. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. Al-Quran, Al-Hadist Dan Terjemahnya.
- Arfah Yeni. 2022. Keputusan Pembelian Produk: Pt Inovasi Pratama Internasional.
- Arianty, Nel, (2016) "Manajemen Pemasaran". Medan: Perdana Publishing
- Asrijal Andi, Sandi. 2021. Monogrof Komitmen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penerima Manfaat Dan Dampak Terhadap Kinerja Upt Rsud Tenriawaru Bone. Bone: Insan Cendekia Mandiri
- Handayani Tati. 2022. Monograf Strategi Marketing Koperasi Syariah, Cirebon: Penerbit Insania
- Haque-Fawzi Marissa Grace,et al. 2021. Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi : Pascal Book.
- Helmi Sulaiman. 2022. Urgensi Pemasaran Internal Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Internal, Yogyakarta: Jejak Pustaka