

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan di industri bakery Af'dzol Bakery yang terletak di jl. Raya Karangrejo No. 38 Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. Adapun yang diteliti adalah terkait dengan strategi bauran pemasaran industri bakery untuk meningkatkan daya saing dalam perspektif ekonomi islam. Alasan peneliti memilih Af'dzol Bakery karena sudah mampu memiliki 4 cabang toko yang salah satunya berada di Karangrejo.

a. Gambaran umum Objek Penelitian

1. Profil Af'dzol Bakery

Karangrejo terbagi menjadi dua dusun yaitu krajan dan kucen. Karangrejo merupakan sentra penggerak perekonomian masyarakat sekitar. Terdapat pasar yang dapat menyokong kebutuhan masyarakat dan karangrejo sudah terkenal dengan eksportir tralis sampai mancanegara dan masih banyak lagi sentra-sentra usaha kecil lainnya. Rata-rata penduduk di wilayah karangrejo bermata pencaharian sebagai wirausaha dengan membuat industry rumahan, seperti yang penulis jadikan tempat penelitian yaitu Af'dzol Bakery.



Batas wilayah Af'dzol Bakery antara lain yaitu :

Utara : Desa Jeli

Selatan : Desa Sembon

Barat : Kecamatan Sendang

Timur : Kecamatan Kedungwaru yang dibatasi dengan sungai Ngrowo

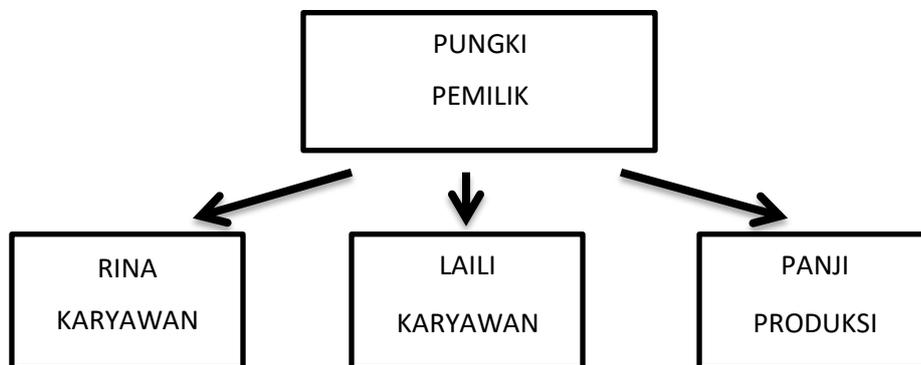
Af'dzol Bakery berlokasi di jl. Raya Karangrejo No. 38 Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung. Didirikan oleh bapak Suyadi yang sekarang di kelola oleh putranya bernama Pungki , beliau warga dari Pare Kediri, namun semua usahanya berada diluar Pare Kediri. Pada bulan November 2013 toko roti dan donat Af'dzol Bakery resmi dibuka di Karangrejo. Sebelum di karangrejo bapak Suyadi sudah lebih dulu membuka toko di jl. Utara Pertigaan Pasar Kamulan, Durenan, Trenggalek, jl. Bandung Prigi (200M barat perempatan Bandung), Bandung Tulungagung dan di jl. Karangan, Karangan, Trenggalek. Yang berada di Karangrejo ini adalah toko ke empatnya.

Awalnya Af'dzol Bakery di Karangrejo ini hanya sebuah rumah tinggal dengan model kuno, kemudian disewa oleh bapak Suyadi untuk membuka toko.

Af'dzol Bakery memiliki tempat yang strategis yaitu terletak tepat didepan indomart Karangrejo dan dekat dengan pasar, kantor kecamatan, sekolahan serta juga lokasi berkumpulnya banyak wirausaha selain bakery. Karena potensi pasar yang cukup bagus dan menjanjikan, Af'dzol Bakery berniat mengembangkan usaha menjadi usaha toko yang menerima pesanan dengan berbagai macam roti dan donat dalam skala partai untuk berbagai macam event.

Untuk memperlancar usahanya, Af'dzol Bakery didaftarkan secara hukum berdasar akte notaris dengan nomor 48/BH/KWK/11-4/III/1996. Dengan pendaftaran secara hukum diharapkan Af'dzol Bakery dapat berkembang secara lebih professional karena sudah memiliki landasan hukum yang diakui secara legal. Af'dzol Bakery sendiri sekarang memiliki 3 karyawan yang berada di Karangrejo.

STRUKTUR ORGANISASI



Dimana yang dua karyawan sebagai penjual, dan 1 lagi sebagai pembuat roti yang dibantu oleh pemilik toko. Adapun karyawan Af'dzol Bakery bukan dari masyarakat sekitar Karangrejo melainkan dari Trenggalek yang sudah lebih

dahulu buka toko. Roti yang dijual di Af'dzol Bakery bervariasi dengan harga yang sangat terjangkau.

2. Data Informan

Setelah melakukan penelitian ke objek peneliti yaitu Af'dzol Bakery yang terletak di Jl. Karangrejo No. 38 Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung dan wawancara dengan karyawan, peneliti mulai mencari tahu konsumen sebagai informan yang sering berkunjung dan membeli produk Af'dzol Bakery. Adapun data-data informan tertera di bawah ini :

- 1) Nama : Pungki
 Status pekerjaan : Pemilik usaha dan Pembuat Roti
 Alamat : Ds. Badas Kec. Pare Kab. Kediri
 Agama : Islam
 Status dalam penelitian : Informan
- 2) Nama : Rina Imroatus Sholihah
 Status Pekerjaan : Karyawan Af'dzol Bakery
 Alamat : Ds. Karangrejo Kec. Kampak Kab. Trenggalek
 Agama : Islam
 Status dalam penelitian : Informan
- 3) Nama : Laili Azizah
 Status Pekerjaan : Karyawan Af'dzol Bakery
 Alamat : Ds. Wates Kec. Dongko Kab. Trenggalek
 Agama : Islam
 Status dalam penelitian : Informan

- 4) Nama : Nur Khasanah
Status Pekerjaan : Ibu rumah tangga
Alamat : Ds. Gedangan Kec. Karangrejo Kab. Tulungagung
Agama : Islam
Status dalam penelitian : Konsumen
- 5) Nama : Yunita
Status Pekerjaan : Guru SDN 1 Karangrejo
Alamat : Ds. Temon Kec. Karangrejo Kab. Tulungagung
Agama : Islam
Status dalam penelitian : Konsumen
- 6) Nama : Siti
Status Pekerjaan : Ibu rumah tangga
Alamat : Ds. Gedangan Kec. Karangrejo Kab. Tulungagung
Agama : Islam
Status dalam penelitian : Konsumen
- 7) Nama : Indri
Status Pekerjaan : Karyawan Bengkel
Alamat : Ds. Kucen Kec. Karangrejo Kab. Tulungagung
Agama : Islam
Status dalam penelitian : Konsumen

B. Temuan Penelitian

Temuan hasil penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan focus penelitian :

a. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung dalam Perspektif Ekonomi Islam

Bauran pemasaran yang diterapkan oleh setiap usaha adalah untuk mencapai sasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Begitupun yang diterapkan oleh Af'dzol Bakery Karangrejo dalam pemasarannya menggunakan bauran pemasaran yang didalamnya meliputi produk, harga, tempat, promosi, people, proses, bukti fisik. Seperti yang telah diungkapkan oleh bapak Pungki sebagai pemilik usaha :

“Untuk strategi yang saya pikirkan mulai dari macam-macam produk yang akan dijual mbak, kemudian harga, terus mengenai karyawan, mengenai konsumen atau sasarannya. Tempat ini menurut saya sangat strategis karena dekat dengan para wirausaha lainnya. Ya macam-macam konsumennya juga banyak.”⁹⁷

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung menggunakan bauran pemasaran 7P yang terdiri yaitu Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence. Berikut penjelasan masing-masing strategi :

a) Product

Mengenai produk yang dijual oleh Af'dzol Bakery yaitu roti dan donat seperti yang diungkapkan oleh ibu Rina sebagai karyawan Af'dzol Bakery :

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Pungki “Pemilik Af'dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.13 WIB

“Disini varian produknya cuman ada 2 yang dijual ditoko, kue manis sama kue roll. Tapi disini juga menerima pesanan, kayak bakery, cake, tart, donat, roti tart, spicu, dan kue lainnya. Dan kalau mengenai kemasan itu masih biasa atau sederhana. Tapi kalau mengenai rasa tidak mengecewakan.”⁹⁸

Hal senada juga diungkapkan oleh ibu Laili sebagai karyawan Af’dzol

Bakery :

“Macem-macem kue manisnya, banyak varian rasa, kayak rasa melon, strawberry, nanas, bluberry, kacang, keju, melon, cokelat, pisang manis, keju fla, ada roti keringnya juga. Kadang ada yang pesan mini tart juga.”⁹⁹

Tidak jauh beda yang diungkapkan oleh ibu Yunita sebagai konsumen

Af’dzol Bakery menceritakan kesenangannya dalam membeli produk Af’dzol

Bakery.

“seneng sekali beli roti disini, enak kalau kita pesen roti apa gitu selalu bisa. Kayak saya kemaren kan pesen roti spiku lumayan banyak ya dibuatkan sesuai tanggal permintaan konsumen. Rasanya juga enak. Saya sudah langganan beli disini.”¹⁰⁰

Dari penjelasan di atas, dijelaskan bahwa produk yang selalu tersedia di toko hanya ada 2 macam, namun pemilik usaha juga menawarkan pesanan sesuai permintaan konsumen dengan tetap mempertahankan kualitas produk. Adapun mengenai kualitas produk, karena kue tidak bisa bertahan lama perlu lebih diperhatikan lagi, seperti yang diungkapkan oleh ibu Rina sebagai karyawan Af’dzol Bakery mengatakan bahwa :

“Kalau mengenai ketahanan produk itu Cuma 4-5 hari penjualan. Kalau tidak habis ya dibuang. Biasanya untuk makan bebek. Tetangga kan ada

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Rina “Karyawan Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.27 WIB

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Laili “Karyawan Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.22 WIB

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Yunita “Konsumen Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 12.02 WIB

yang punya. Dan kalau pengemasan produk masih manual, belum ada merknya dalam kemasan produk. Masih bungkus biasa.”¹⁰¹

Dari penjelasan tersebut, dalam setiap usaha selalu ingin memberikan kualitas produk yang terbaik, begitupun Af’dzol Bakery, untuk menjaga sebuah kerjasama dengan konsumen tersebut dapat membeli ulang produk yang kita jual sangatlah penting dilakukannya strategi menjaga kualitas yang baik dan mampu memuaskan konsumen.

Mengenai ketahanan produk yang dijual di Af’dzol Bakery, disini Af’dzol Bakery menjelaskan hanya mampu bertahan 4-5 harian karena tidak menggunakan bahan pengawet dalam pembuatan rotinya. Seperti yang diungkapkan oleh ibu Rina selaku karyawan Af’dzol Bakery :

“kue disini tidak bisa bertahan lebih dari 5 hari, selain bahan yang dipakai standat, nanti rasanya berubah dan juga akan tampak beda kondisi rotinya. Jadi jika sudah 5 hari harus dibuang kalau tidak habis. Kami tidak mau mengecewakan konsumen.”¹⁰²

Dari penjelasan tersebut, pihak Af’dzol Bakery sangat mengutamakan konsumen dengan memperhatikan produk yang mereka jual. Mereka tidak mau mengecewakan konsumennya.

b) Price

Untuk memikat konsumen diperlukannya strategi harga agar konsumen berminat dan bertahan membeli produk kita. Af’dzol Bakery memberikan harga sangat terjangkau. Seperti yang diungkapkan ibu Rina sebagai karyawan Af’dzol Bakery :

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Rina “Karyawan Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.27 WIB

¹⁰² Hasil wawancara dengan Rina “karyawan Af’dzol Bakery” pada tanggal 09 Juli 2019, pukul 11.13 WIB

“Mengenai harga, kalau kue manis Rp 1.500,- semua, roti gulung Rp 15.000,-, kalau mini tart iku mulai Rp 3.000,-, roti kering mulai harga Rp 16.000- Rp 25.000.

Dari penjelasan tersebut, harga sangat terjangkau untuk semua kalangan. Baik kalangan menengah ke bawah atau kalangan menengah ke atas. Seperti yang diungkapkan ibu Laili sebagai karyawan Af’dzol Bakery :

“Dari kebanyakan konsumen, yang membeli disini itu kalangan menengah kebawah, namun tidak jarang juga dari kalangan menengah ke atas.”¹⁰³

Hal tersebut juga dikuatkan oleh Ibu Yunita sebagai konsumen Af’dzol Bakery :

“Harga disini sangat terjangkau sekali menurut saya. Dengan rasa kue yang enak itu menurut saya murah sekali.”¹⁰⁴

Dari penjelasan di atas, untuk harga masyarakat sendiri yang sudah menilai bahwa harga yang ditawarkan Af’dzol Bakery sangat terjangkau.

c) Place

Dalam pemasaran menentukan sebuah tempat merupakan hal yang sangat penting, sehingga menempatkan sebuah usaha pada tempat yang paling strategis sangat berpengaruh dalam meningkatkan omset penjualan. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Pungki sebagai Pemilik Af’dzol Bakery :

“Karena selain dekat dengan pasar, indomart, sekolah, kecamatan, tempat ini juga dekat dengan para wirausaha lainnya.”¹⁰⁵

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Laili “Karyawan Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.22 WIB

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Yunita “Konsumen Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 12.10 WIB

Dari penjelasan tersebut, Af'dzol Bakery sudah memilih tempat yang sesuai. Sehingga konsumen lebih mudah menjangkau tempat tersebut. Hal tersebut didukung juga dari pernyataan ibu Siti sebagai konsumen mengatakan bahwa :

“ini saya baru beli rujak, terus lihat kayaknya rotinya enak sekalian beli jadinya, buat suguhan nanti malem. Kan rumah saya ada rutinan ibu-ibu.”¹⁰⁶

Dari penjelasan tersebut, ibu Siti tertarik membeli melihat dari tampilan penataan roti yang menarik. Selain itu memang toko Af'dzol Bakery tidak jauh dari penjual wirausaha lainnya.

d) Promotion

Setiap usaha selalu punya cara tersendiri untuk melakukan promosi. Tidak beda jauh dengan Af'dzol Bakery sendiri. Namun Af'dzol Bakery tidak melakukan promosi khusus untuk meningkatkan eksistensi tokonya atau meningkatkan omset penjualannya. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Pungki sebagai pemilik Af'dzol Bakery :

“untuk promosi kita hanya di toko, tidak ikut kayak bazar-bazar atau yang lain. Yang saya rasakan itu hanya dari mulut ke mulut. Konsumen kebanyakan ibu-ibu rumah tangga, jadi kebanyakan itu merekomendasikan ke tetangga-tetangga sekitar kalau mereka puas dengan pelayanan disini.”¹⁰⁷

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Pungki “Pemilik Af'dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.13 WIB

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Siti “konsumen Af'dzol Bakery” pada tanggal 09 Juli 2019, pukul 12.15 WIB

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan Pungki “Pemilik Af'dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.13 WIB

Dari penjelasan tersebut, Af' dzol Bakery menggunakan promosi mulut ke mulut yang mengedepankan rasa dan sasaran utama yang dituju yaitu ibu-ibu. Hal tersebut didukung pernyataan ibu Indri sebagai konsumen Af' dzol Bakery mengatakan:

“saya tahu toko roti disini dari tetangga, katanya enak makanya saya mau mencoba. Kata tetangga saya roti disini murah-murah, kan saya jadi penasaran juga.”¹⁰⁸

Dari penjelasan di atas, ibu Indri mengetahui toko roti Af' dzol Bakery dari tetangganya. Selain itu ibu Indri tertarik membeli karena harganya yang murah.

e) People

Untuk mendukung proses pelayanan tentunya membutuhkan karyawan guna melayani konsumen serta melakukan proses produksi produk. Untuk pembagian pekerjaan sudah sesuai dengan bagian masing-masing. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Pungki sebagai pemilik Af' dzol Bakery :

“disini karyawannya ada 3, yang 2 sebagai penjual, ibu rina dan ibu laili. Yang 1 lagi membuat roti bapak Panji. Saya juga ikut bantu buat roti, kalau cewek gak bisa tenaganya jadi harus cowok.”¹⁰⁹

Dalam hal pembuatan roti, Af' dzol Bakery tidak melakukan pelatihan khusus ke karyawannya, seperti yang diungkapkan ibu Laili sebagai karyawan Af' dzol Bakery :

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Indri “Konsumen Af' dzol Bakery” pada tanggal 11 Juli 2019, pukul 09.34 WIB

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Pungki “Pemilik Af' dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.13 WIB

“Dalam proses produksi itu pelatihannya hanya diberikan dari teman yang sudah bisa. Jadi gak ada pelatihan khusus ke karyawan.”¹¹⁰

Dari penjelasan di atas, Af’dzol Bakery tidak melakukan pelatihan khusus, melainkan pelatihan dari karyawan lama atau yang sudah pandai dalam membuat adonan kue untuk diajarkan ke karyawan lainnya dengan tujuan untuk efektivitas dan efisiensi proses produksi. Tentunya tidak semua karyawan diajarkan, hanya beberapa karyawan saja yang dirasa mampu dan sanggup dibagian produksi.

f) Process

Dalam hal produksi, berhubung Af’dzol Bakery mempunyai tempat yang luas maka proses produksinya langsung di toko. Seperti yang diungkapkan ibu Rina sebagai karyawan Af’dzol Bakery :

“proses produksi langsung di toko mbak, ini kan belakang masih luas jadi masih bisa untuk dijadikan tempat produksi.”¹¹¹

Untuk proses produksi, tentunya dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai yang dapat mempercepat dan mendukung proses produksi. Hal tersebut dikuatkan oleh mbak Laili sebagai karyawan Af’dzol Bakery :

“mengenai sarana prasaran disini lengkap mbak, kayak loyang, oven, mixer besar, dan yang lain tersedia semua, mencukupi semua mbak.”¹¹²

Dari penjelasan di atas, mbak Laili mengungkapkan bahwa alat-alat yang digunakan untuk proses produksi sudah memadai. Dengan alat yang sudah

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan mbak Laili “karyawan Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.22 WIB

¹¹¹ Hasil wawancara dengan Rina “Karyawan Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.27 WIB

¹¹² Hasil wawancara dengan Laili “Karyawan Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.22 WIB

lengkap maka Af'dzol Bakery tidak perlu khawatir untuk memenuhi jumlah permintaan konsumen setiap harinya.

g) Physical Evidence

Bukti fisik selain tempat itu juga masuk dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Ketika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan, konsumen akan setia. Seperti yang diungkapkan mbak Rina sebagai karyawan Af'dzol Bakery :

*“mengenai pelayanan itu belum pernah ada yang komplein mbak selama ini.”*¹¹³

Dikuatkan juga dengan pernyataan ibu Nur Khasanah sebagai konsumen Af'dzol Bakery :

*“suka mbak, deket jalan raya mbak. Parkire luas, pelayanane ramah-ramah, bungkusnya ya rapi mbak.”*¹¹⁴

Dari penjelasan di atas, dalam hal pelayanan yang diberikan Af'dzol Bakery sudah memberikan yang semaksimal mungkin bagi konsumennya. Mulai dari memberikan senyum kepada konsumen, ramah kepada konsumen, tidak lupa dengan kerapian dalam pembungkusan kue.

¹¹³ Hasil wawancara dengan Rina “Karyawan Af'dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.27 WIB

¹¹⁴ Hasil wawancara dengan Nur Khasanah “Konsumen Af'dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 12.02 WIB

b. Strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing dengan pesaing industri bakery lainnya

Melihat prospek industry bakery yang menjanjikan, disini Af'dzol Bakery selalu mengutamakan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Seperti yang diungkapkan mas Pungki sebagai pemilik Af'dzol Bakery :

“Kita tetap mengutamakan rasa mbak, harga juga menjadi factor penting. Karena konsumen itu selain melihat dari kualitas produk juga melihat dari segi harga yang ditawarkan mbak. Disini kita juga berusaha melayani permintaan konsumen mbak. Bisa dilihat juga kalau ditoko kita hanya memproduksi kue manis sama kue roll mbak. Selain itu kita bisa membuatkan jika ada konsumen yang memesan. Untuk pesanan dalam jumlah besar kita juga melayani mbak. Kita disini juga memudahkan dalam hal pembayarannya, bisa di DP atau di bayar lunas. Kita ingin memberikan kepuasan dan pelayanan yang terbaik ke konsumen.”¹¹⁵

Dari penjelasan di atas pemilik usaha mengutamakan rasa dan harga dalam usaha meningkatkan daya saing dengan para pesaingnya. Dengan mengingat harga yang ditawarkan oleh Af'dzol Bakery sangat terjangkau, pemilik usaha harus mampu mempertahankan kualitas rasa. Tentunya didukung dengan pelayanan yang ramah kepada konsumen.

c. Kendala dalam pemasaran produk dan bagaimana solusi yang harus dilakukan oleh Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung

Adapun kendala yang dihadapi oleh Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung dalam pemasarannya yaitu adanya pesaing baru yang muncul. Seperti yang diungkapkan oleh mas Pungki sebagai pemilik usaha :

“Awal bukanya pesaing toko roti sebelah niku mbak, Kurnia. Tapi orang-orang kan sudah merasakan. Awal-awal kan penasaran. Disamping itu

¹¹⁵ Hasil wawancara dengan Pungki “Pemilik Af'dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.13 WIB

Kurnia kan juga sudah kondang di Tulungagung. Namanya pelanggan kan suka coba-coba. Ada yang kembali, ada yang gak.”¹¹⁶

Solusi yang dilakukan Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung dalam melakukan pemasaran yaitu tetap konsisten dalam menciptakan mutu kue, baik itu rasa kue ataupun harga kue. Seperti yang diungkapkan oleh mas Pungki sebagai pemilik usaha :

“Ya yang dilakukan itu tetap mempertahankan rasa mbak, nanti kan pelanggan bisa menilai sendiri, dengan harga yang sangat terjangkau. Bisa lah buat semua kalangan.”¹¹⁷

C. Analisi Data

1. Bauran Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Pada unsur produk, Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung menjual berbagai macam roti dan donat namun Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung juga menawarkan pesanan sesuai permintaan konsumen seperti bakery, cake, tart, donat, roti tart, spicu, dan kue lainnya.

Meskipun banyak perusahaan yang menjual produk-produk sejenis namun produk Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung ini memiliki kelebihan dan perbedaan dengan produk lain pada segi kualitas. Dalam proses produksi kue menggunakan bahan-bahan yang berkualitas baik dan mutunya terjamin sehingga konsumen tersebut dapat membeli ulang produk di Af’dzol Bakery Karangrejo Tulungagung.

¹¹⁶ Hasil wawancara dengan Pungki “Pemilik Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.13 WIB.

¹¹⁷ Hasil wawancara dengan Pungki “Pemilik Af’dzol Bakery” pada tanggal 15 April 2019, pukul 10.13 WIB

Pada unsur harga, Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung menjual produknya dengan harga yang terjangkau dan tidak terlalu mahal. Harga yang dipasarkan oleh Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung terjangkau untuk para konsumen, terbukti masih banyaknya pesanan dari konsumen. Dengan hal ini, maka konsumen Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung dapat membeli produk sesuai dengan kualitas dan kuantitas dari produk tersebut.

Pada unsur saluran distribusi, Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung menjual produknya dengan beberapa cara baik secara langsung maupun tidak secara langsung. Dalam menjual produknya Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung memilih tempat yang strategis yang dekat dengan tempat pasar, indomart, sekolahan, kecamatan, tempat ini juga dekat dengan para wirausaha lainnya sehingga konsumen lebih mudah untuk membeli produk di Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung.

Pada unsur promosi, Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung melakukan promosi secara tidak langsung. Promosi yang dilakukan hanya dari mulut ke mulut sehingga banyak orang yang mengetahui produknya dari para konsumen Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung.

Pada unsur people, Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung tidak melakukan pelatihan khusus, melainkan pelatihan dari karyawan lama atau yang sudah pandai dalam membuat adonan kue untuk diajarkan ke karyawan lainnya dengan tujuan untuk efektivitas dan efisiensi proses produksi. Tentunya tidak semua karyawan diajarkan, hanya beberapa karyawan saja yang dirasa mampu dan sanggup dibagian produksi.

Pada unsur process, Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung bahwa alat-alat yang digunakan untuk proses produksi sudah memadai. Dengan alat yang sudah lengkap maka Af'dzol Bakery tidak perlu khawatir untuk memenuhi jumlah permintaan konsumen setiap harinya.

Pada unsur Physical Evidence, Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung sudah memberikan yang semaksimal mungkin bagi konsumennya. Mulai dari memberikan senyum kepada konsumen, ramah kepada konsumen, tidak lupa dengan kerapian dalam pembungkusan kue.

2. Strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing dengan pesaing industri bakery lainnya

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung mengenai strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing dengan pesaing industri bakery lainnya, bahwa hasil pengamatan dan penelitian strategi pemasaran yang tepat untuk Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung dalam meningkatkan daya saing dengan para pesaingnya dengan cara memberikan kualitas rasa yang baik, dan harga yang mampu bersaing dengan acuan sasaran yang ingin dituju serta memberikan pelayanan yang diinginkan oleh konsumen.

3. Kendala dalam pemasaran produk dan bagaimana solusi yang harus dilakukan oleh Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian pada Af'dzol Bakery Karangrejo Tulungagung mengenai kendala yang dialami oleh Af'dzol Bakery yaitu munculnya pesaing baru, dimana memberikan dampak penurunan minat

konsumen yang sebagian konsumen berbalik ke pesaing tersebut. Dalam proses pemasaran produk setiap perusahaan pasti akan menghadapi kendala. Untuk dapat mengatasi kendala tersebut diperlukan strategi pemasaran yang matang.

Dalam hal bersaing, manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Dalam hal kerja Islam memerintahkan setiap muslim untuk memiliki etos kerja yang tinggi, sebagaimana telah diterangkan di atas, Af'dzol Bakery tidak khawatir dengan berbaliknya sebagian konsumennya ke pada pesaing baru. Af'dzol Bakery percaya rezeki sudah ada yang mengatur serta tetap memberikan mutu dan pelayanan yang terbaik untuk konsumennya agar konsumennya merasakan kepuasan telah membeli produk mereka. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Mulk : 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ

رِزْقِهِ ۗ وَالْيَئِيسُورُ ١٥

“dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”(QS. al-Mulk : 15)