BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab hasil penelitian ini akan membahas tentang: (A) deskripsi data, (B) temuan data, (C) analisis data

A. Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan pada sebuah usaha toko roti yaitu "Istana Syari'ah Bakery" yang berada di Kabupaten Tulungagung tepatnya di pinggiran jalan raya Tulungagung Kota yang bersebelahan dengan lampu merah Bis Goling atau berada di Jl. Mayor Sujadi No. 35 A (Depan Rumah Sakit Bersalin Amanda – ke Timur ± 110m) Tulungagung. Adapun yang diteliti oleh peneliti adalah terkait dengan strategi pemasaran pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulungagung.

Alasan peneliti memilih di toko roti "Istana Syari'ah Bakery" ini merupakan salah satu usaha roti yang memproduksi sekaligus menjual produk roti di Tulungagung yang sudah berdiri sejak tahun 2010 dan masih bertahan hingga saat ini dengan penjualan yang baik.

Ada beberapa jenis atau macam-macam dari roti yang dijual atau dipasarkan di toko ini, misalnya seperti kue *tart*, spicu, brownis, dan lain sebagainya. Oleh karena itu untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang objek penelitian ini, peneliti akan mendiskripsikan secara singkat terhadap latar objek penelitian.

1. Profil Istana Syari'ah Bakery

Bakery merupakan sebuah tempat yang memproduksi dan menjual makanan yang berbahan dasar tepung dan dipanggang di dalam oven. Di Kabupaten Tulungagung banyak sekali pengusaha roti yang memproduksi berbagai macam roti untuk dipasarkan. Salah satunya yaitu Istana Syari'ah Bakery, di Istana Syari'ah Bakery mereka memproduksi roti yang berbahan dasar tepung dan cara pengolahannya dipanggang di dalam oven yang besar. Istana Syari'ah Bakery ini berdiri sejak tahun 2010. Dimana pada tahun 2010 ini usaha roti yang mereka jalankan berkembang sangat pesat dan produk roti yang dijual bisa dikenal oleh masyarkat diberbagai daerah.

Usaha roti yang mereka jalankan bertahan sampai saat ini karena mereka selalu mengedepankan kepuasan dari pelanggan dan selalu memprioritaskan cita rasa dari roti yang diproduksi. Produk roti yang dijual di Istana Syari'ah Bakery ini bermacam-macam, mulai dari bentuknya, varian rasanya dan juga topingnya. Bentuk-bentuk dari roti ini dibuat berbeda-beda agar pelanggan tidak merasa jenuh dengan bentuk yang tetap (monoton).

Istana Syari'ah Bakery merupakan usaha roti yang memproduksi roti dengan harga yang berbeda-beda dari setiap produk roti. Mereka menjual roti dengan harga yang standar, bahkan dari setiap tahunnya harga roti disini tidak naik tetap sama.

Adapun bukti Istana Syari'ah Bakery sudah berdiri sejak beberapa tahun yang lalu seperti yang telah diungkapkan pemilik toko roti Syari'ah kepada peneliti:

"*Istana Syari'ah Bakery ini kami dirikan sejak tahun 2010, sebelum berdiri di Kabupaten Tulungagung keluarga kami yang berasal dari Jombang sudah memasarkan produk roti di daerah Jombang, tetapi dengan kendala perseorangan, kurangnya karyawan dan juga banyak sekali pesaing pembuat roti di Kabupaten Jombang produk roti kami kurang laku dipasaran. Selanjutnya kami sekeluarga mencoba mengembangkan usaha roti ini di luar kota yaitu Bali. Disana produk yang kami tawarkan dan kami pasarkan lagi-lagi tidak berjalan sesuai apa yang telah kita fikirkan dan kita rencanakan. Masyarakat Bali jarang ada yang tertarik dengan roti-roti yang kami pasarkan, bahkan bisa dibilang tidak laku untuk dipasarkan. Padahal di Bali jarang ada penjual roti siap saji dengan berbagai macam toping dan varian rasa. Setelah itu kami sekeluarga menentukan lokasi yang tepat untuk mendirikan toko roti, yaitu di Kabupaten Tulungagung tepatnya Tulungagung Kota yaitu di Jl. Mayor Sujadi No. 35 A. Dari tahun ke tahun Istana Syari'ah Bakery ini semakin berkembang, dengan mendirikan cabang di berbagai daerah yang kami rasa strategis untuk mendirikan cabang toko roti ini. Cabang pertama di Jl. Bendilwungu Ds. Bendilwungu Sumbergempol Tulungagung (± 100m sebelah selatan pom bensin), yang kedua yaitu di Jl. Raya Kalidawir (50m selatan polsek Kalidawir barat jalan), cabang yang ketiga yaitu di Jl. Raya Ngantru depan polsek (± 50m barat jalan)".*[1]

Istana Syari'ah Bakery merupakan toko roti yang berkembang sangat pesat di Kabupaten Tulungagung. Dengan dibuktikannya beberapa cabang yang berada di daerah-daerah di Kabupaten Tulungagung yaitu cabang pertama di Jl. Bendilwungu Ds. Bendilwungu Sumbergempol Tulungagung (± 100m sebelah selatan pom bensin), yang kedua yaitu di Jl. Raya Kalidawir (50m selatan polsek Kalidawir barat jalan), cabang yang ketiga yaitu di Jl. Raya Ngantru depan polsek (± 50m barat jalan).

[1] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 06 Januari 2020

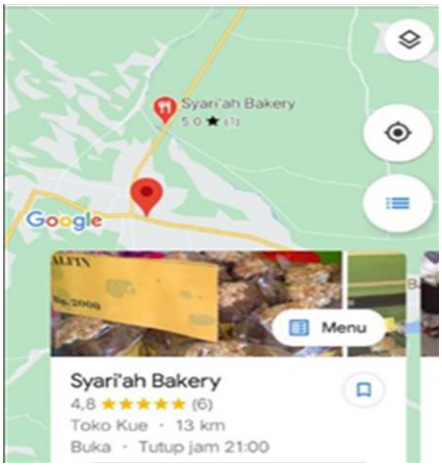
Dengan dibukanya cabang-cabang tersebut Istana Syari'ah Bakery lebih mudah memasarkan produk yang siap saji tersebut ke berbagai penjuru daerah. Produk roti yang dijual memiliki keanekaragaman dan keunikan tersendiri dengan membuat bentuk roti yang unik seperti roti coklat kepang yang pembuatannya dengan cara di kepang atau di plintir.

2. Lokasi Perusahaan

Istana Syari'ah Bakery yang terletak di pinggiran jalan raya Tulungagung Kota yang bersebelahan dengan lampu merah Bis Goling atau tepatnya berada di Jl. Mayor Sujadi No. 35 A (Depan Rumah Sakit Bersalin Amanda – ke Timur ± 110m) Tulungagung.

Istana Syari'ah Bakery memilki beberapa cabang antara lain cabang pertama di Jl. Bendilwungu Ds. Bendilwungu Sumbergempol Tulungagung (± 100m sebelah selatan pom bensin), yang kedua yaitu di Jl. Raya Kalidawir (50m selatan polsek Kalidawir barat jalan), cabang yang ketiga yaitu di Jl. Raya Ngantru depan polsek (± 50m barat jalan).

Gambar 4.1
Peta Lokasi Istana Syari'ah Bakery (toko pusat)

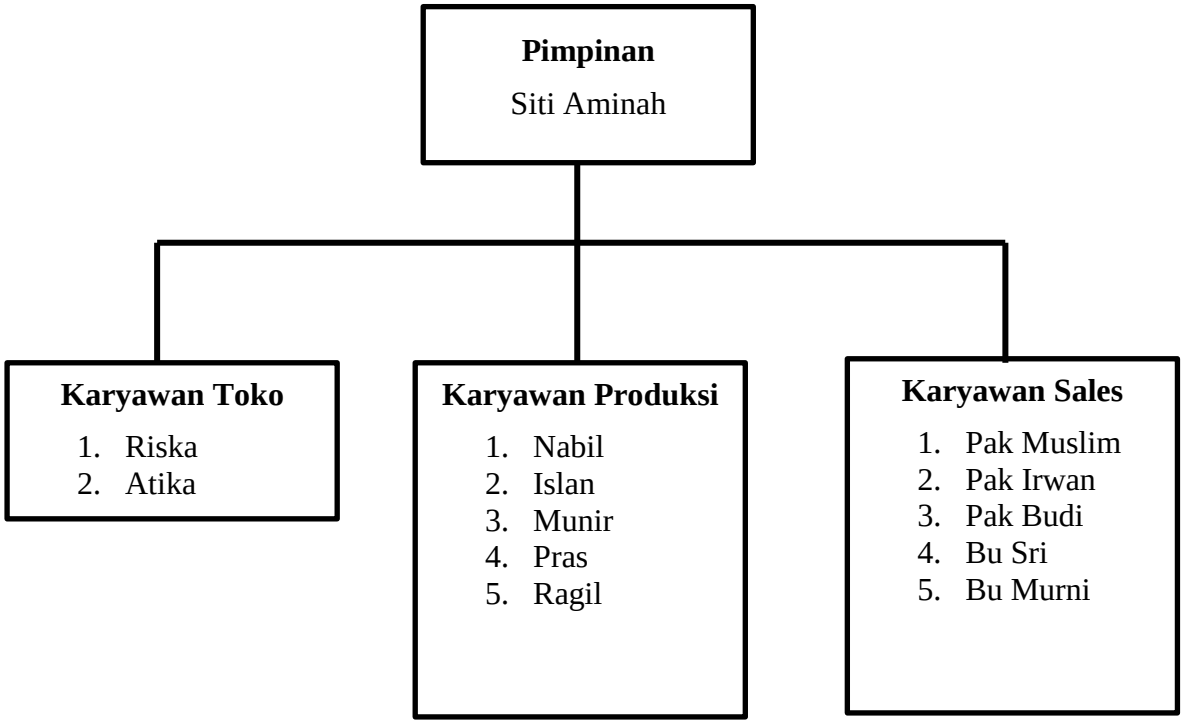


3. Struktur Oganisasi

Struktur organisasi sangat penting berada di sebuah perusahaan atau di sebuah pengusaha yang mana dengan adanya struktur organisasi ini para peneliti atau pembaca lebih mudah memahami dan mengetahui dari satu per satu nama dan tugasnya.

Ini adalah gambar dari struktur organisasi Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulugagung.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Istana Syari'ah Bakery (toko pusat)



4. Personalia dan Hubungan Karyawan

Personalia merupakan serangkaian kegiatan mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) pada hal-hal yang terkait administratif yang mengatur hubungan industrial antara pengusaha dan karyawannya,

pengelolaam dari fungsi personalia ini antara lain bertanggungjawab terhadap *Employe Database Payroll* (penggajian) dan pembayaran benefit lainnya.[2] Adapun personalia dan hubungan karyawan antara lain sebagai berikut:

a. Jumlah karyawan

Di Istana Syari'ah Bakery ini jumlah karyawan sangat penting karena dapat membantu penjualan dan merupakan unsur dari Sumber Daya Manusia. Karyawan merupakan setiap penduduk yang masuk kedalam usia kerja (berusia di rentang 15 hingga 64 tahun) atau jumlah total seluruh penduduk yang ada pada sebuah negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan akan tenaga yang mereka produksi, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas itu. Adapun wawancara dari pemilik toko kepada peneliti:

> *"Jumlah karyawan di toko ini adalah 12 karyawan yang terdiri dari 4 perempuan dan 8 laki-laki. Mereka memiliki tugas masing-masing mbak yang sudah dikelompokkan sesuai dengan kemampuannya. Antara lain 2 dibagian penjaga toko, 5 dibagian produksi dan 5 dibagian sales."*[3]

b. Jam kerja karyawan

Jam kerja merupakan periode waktu dimana seseorang dapat melakukan pekerjaannya untuk mendapatkan upah tertentu, yang sesuai dengan kinerja dari masing-masing individu. Dengan adanya jam kerja ini karyawan dituntut untuk disiplin sesuai degan waktu

---

[2] https://www.google.com/search?q=pengertian.personalia&oq=pengertian.personalia+& diakses pada tanggal 12 Oktober 2020 pukul 15.05 WIB

[3] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 06 Januari 2020

kerja yang telah ditentukan atau yang telah dijadwalkan sesuai tugas dari masing-masing pekerja. Di Istana Syari'ah Bakery ini memberlakukan aturan karyawan datang tepat waktu dan harus sesuai dengan masing-masing bidangnya seperti yang di ungkangkan pemilik toko roti kepada peneliti:

> *"Di toko kami ini menerapkan jam kerja setiap harinya mulai dari jam 07.00-20.00 WIB. Adapun pembagian jam untuk melakukan produksi dibagi menjadi dua, yaitu antara lain untuk 2 karyawan memproduksi roti mulai dari jam 08.00-20.00 WIB, untuk 3 karyawan memproduksi roti mulai dari jam 20.00-08.00 WIB. Sedangkan sales mengambil roti dari toko Syari'ah jam 07.00 untuk didistribusikan kesetiap cabang."*[4]

c. Upah karyawan

Upah adalah pembalas berupa uang dan sebagainya yang dibayarkan untuk membalas jasa atau sebagai pembayar tenaga yang sudah dikeluarkan untuk mengerjakan sesuatu yang dapat dihitung sebagai jumlah tetap untuk setiap tugas yang terselesaikan atau dalam hitungan jam atau harian berdasarkan jumlah kerja yang terselesaikan. Adapun hasil wawancara dari pemilik toko kepada peneliti yaitu:

> *"Kami menerapkan sistem upah ini sesuai dengan UMK. Disini karyawan menerima bersih atas upah yang didapat, karena mereka mendapatkan konsumsi makan di toko ini."*[5]

Di Istana Syari'ah Bakery ini dalam menentukan upah disesuaikan dengan UMK (Upah Minimum Karyawan) dan juga mereka mendapatkan konsumsi makan di toko ini.

---

[4] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 06 Januari 2020

[5] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 06 Januari 2020

d. Tunjangan

Tunjangan disini merupakan tambahan pendapatan diluar gaji sebagai bantuan dari perusahaan, lembaga, atau institusi tempat bekerja. Di Istana Syari'ah Bakery memberikan fasilitas yang berupa tepat ibadah, tempat istirahat (*mess*) dan juga tunjangan waktu Hari Raya. Dan dibuktikan dengan wawancara terhadap pemilik toko kepada peneliti:

> *"Kami memberikan tunjangan berupa fasilitas tempat ibadah, fasilitas tempat istirahat dan juga kami memberikan tunjangan pada hari tertentu misalnya pada Hari Raya Idhul Fitri dan Hari Raya Idhul Adha dengan memberikan izin untuk libur."*[6]

e. Jumlah kunjungan

Daftar kunjungan merupakan daftar orang yang datang kesuatu tempat. Rata-rata dari setiap harinya di Istana Syari'ah Bakery menerima kunjungan atau pembeli dari berbagai macam daerah. Yang dibuktikan dengan hasil wawancara terhadap pemilik toko kepada peneliti:

> *"Tergantung mbak, jika waktu hari-hari biasa Alhamdulillah toko selalu ramai didatangi para konsumen, apalagi kalau waktu musim hajatan banyak para konsumen memesan roti di toko ini. Tetapi kalau waktu Hari Raya toko kami jarang ada yang mampir."*[7]

5. Produk dan Harga Roti Istana Syari'ah Bakery

Istana Syari'ah Bakery menjual berbagai macam produk roti, yang mana dalam berbagai produk roti ini terdapat berbagai macam varian rasa,

---

[6] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 06 Januari 2020

[7] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 06 Januari 2020

bentuk dan toping. Adapun macam-macam produk dan harga roti antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.1
Macam-macam produk dan daftar harga roti Istana Syari'ah Bakery

No	Macam-macam Roti	Harga (Rp)
1	Strawberry	1.500
2	Melon	1.500
3	Nanas	1.500
4	Keju Susu	1.500
5	Blueberry	1.500
6	Coklat Susu	1.500
7	Kelapa	1.500
8	Srikaya	1.500
9	Coklat Kepang	1.500
10	Coklat Chochoa	1.700
11	Kelapa Keju	1.700
12	Fla Vanila	1.700
13	Coklat Keju	1.700
14	Kacang Coklat	1.700
15	Kacang	1.700
16	Kismis	1.700
17	Chocochips	1.700
18	Blueberry Keju	1.700
19	Pandan Susu	1.700
20	Durian	1.700
21	Donat Meses Coklat	1.700
22	Keju Kepang	1.800
23	Keju Fla Vanila	1.800
24	Coklat Fla Vanila	1.800
25	Kismis Nanas	1.800
26	Pisang Keju	1.800
27	Kismis Coklat	1.800
28	Pisang Coklat	1.800
29	Kacang Keju	1.800
30	Kismis Keju	1.800
31	Cum-Cum	1.800
32	Milo Meses	1.800
33	Donat Block	1.800
34	Cream Kacang Coklat	1.800
35	Strawberry Coklat	1.800
36	Pisang Coklat Keju	1.900
37	Milo Block	2.000

38	Cream Strawberry	2.000
39	Cum-Cum Coklat	2.000
40	Cream Coklat Keju	2.000
41	Malfin	2.000
42	Pizza	2.000
43	Brownis	2.000
44	Pisang Udug	2.000
45	Milo Abon Keju	2.000
46	Mini Tart	3.200
47	Spicu	13.000
48	Roll	13.000
49	Kue Tart	50.000-200.000

Sumber : Data Istana Syari'ah Bakery Tulungagung

Istana Syari'ah Bakery menawarkan produk dengan harga yang standar dan mudah dijangkau oleh masyarakat dengan produk yang berkualitas. Hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan sesuai dengan proses produksi dari roti tersebut dan disesuaikan dengan bentuk dan varian rasanya. Istana Syari'ah Bakery ini menciptakan inovasi yang baru dari setiap pembuatan produk roti, agar produk yang dibuat selalu diminati oleh masyarakat dengan mempertahankan cita rasa tersebut.

B. Temuan Data

Pada dasarnya setiap organisasi bisnis atau usaha bisnis memiliki strategi pemasaran tersendiri. Dalam organisasi bisnis pastinya memiliki perbedaan dan ciri khas antara satu dengan yang lainnya. Tanpa terkecuali usaha toko roti Syari'ah di Kabupaten Tulungagung.

Ketika akan mencari toko roti yang berada di depan Rumah Sakit Amanda Tulungagung ditandai dengan papan nama yang bertuliskan "Istana Syari'ah Bakery" yang berada di selatan jalan. Dengan papan nama ini akan

memudahkan orang untuk mencari toko roti yang berada di Jl. Mayor Sujadi No. 35 A Tulungagung.

Istana Syari'ah Bakery memilki beberapa cabang antara lain cabang pertama di Jl. Bendilwungu Ds. Bendilwungu Sumbergempol Tulungagung (± 100m sebelah selatan pom bensin), yang kedua yaitu di Jl. Raya Kalidawir (50m selatan polsek Kalidawir barat jalan), cabang yang ketiga yaitu di Jl. Raya Ngantru depan polsek (± 50m barat jalan).

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Istana Syari'ah Bakery (toko pusat) dan dirumah peneliti melakukan wawancara dengan pemilik toko, karyawan toko dan konsumen yaitu Ibu Siti Aminah, Riska, Atika, Ibu Katimah, Ibu Istiqomah dan Ibu Saropah dan mendapatkan data sebagai berikut:

Tabel 4.2
Nama, Pekerjaan, dan Jenis Kelamin

No	Nama	Pekerjaan	Jenis Kelamin
1	Siti Aminah	Pemilik toko	Perempuan
2	Riska	Karyawan toko	Perempuan
3	Atika	Karyawan toko	Perempuan
4	Katimah	Konsumen	Perempuan
5	Istiqomah	Konsumen	Perempuan
6	Katemi	Konsumen	Perempuan

Sumber: Wawancara dengan Pemilik Toko, 2020

1. Strategi pemasaran berdasarkan unsur Produk (*Product*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulungagung

Dalam sebuah usaha tentunya harus ada strategi tersendiri dalam mengembangkan sebuah usaha yang dijalankannya. Di Istana Syari'ah Bakery juga memang sudah mengembangkan usahanya dengan berbagai macam strategi seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang disebut dengan *marketing mix* diataranya yaitu melalui unsur Produk (*Product*). Dalam unsur produk ini terdapat berbagai macam indikator antara lain sebagai berikut:

a. Keberagaman Produk

Keberagaman produk ini penting digunakan oleh para pengusaha toko roti, karena dengan adanya keberagaman produk, roti yang dijual juga akan laku dipasaran. Sebagaimana hasil yang diperoleh dari keterangan pemilik toko sebagai berikut:

> *"Di toko roti ini produknya bermacam-macam, dari yang roti buat hajatan ataupun roti yang buat hantaran. Seperti kue tart dan spicu, kami juga mempertahankan cita rasa dengan meningkatkan berbagai varian rasa atau bentuk-bentuk yang unik dari roti ini. Bahkan juga menampilkan toping-toping yang unik agar pelanggan tetap berlangganan di toko kami".*[8]

Sama dengan yang diungkapkan oleh mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai keberagaman produk. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai keberagaman produk di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

---

[8] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

> "*Iya mbak, benar memang produk di Istana Syari'ah Bakery ini bermacam-macam. Di Istana Syari'ah Bakery ini memproduksi roti dengan jumlah yang sesuai dengan pesanan dari pelanggan. Di sini selalu memberikan inovasi-inovasi tersendiri untuk menciptakan produk baru*".[9]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katemi selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery menegani keberagaman produk. Berikut ungkapan Ibu Katemi kepada peneliti mengenai keberagaman produk di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Macam produk roti di Istana Syari'ah Bakery memang beragam mbak. Hal tersebut dapat dibuktikan pada macam-macam produk yang ada di toko tersebut. Alhamdulillah produk disini sesuai dengan pesanan saya mbak, produknya sangat bermacam-macam dengan varian rasa yang berbeda-beda dan bentuk yang berbeda-beda pula"*.[10]

Di Istana Syari'ah Bakery selalu membuat inovasi baru dari produk roti yang dibuat. Mereka selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan, dan juga mereka selalu Amanah terhadap barang atau produk roti yang dipesan oleh masyarakat. Tidak lupa juga dengan selalu mempercantik dan memperindah penampilan dari roti-roti yang dijual. Bahkan dari setiap macam roti mereka selalu buat roti yang bertekstur lembut dan juga gurih untuk dimakan. Roti-roti di Istana Syari'ah Bakery tidak membuat eneg dan juga selalu bikin ketagihan.

Dari hasil wawancara dari narasumber atau pemilik toko roti syari'ah disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery memiliki atau menciptakan beberapa produk atau beberapa macam roti dengan varian

---

[9] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 14 September 2020

[10] Wawancara dengan Ibu Katemi (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 22 September 2020

rasa yang berbeda-beda dan juga memiliki keunikan dari setiap bentuk roti dan dibuat dengan toping yang berbeda-beda.

b. Kualitas

Kualitas juga sangat dibutuhkan untuk mengembangkan usaha yang bersifat individual ataupun kelompok, dengan memiliki karakteristik dan ciri dari setiap produk yang dijual. Dengan adanya kualitas ini maka bisa mempengaruhi laba atau keuntungan yang didapatkan. Adapun paparan hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko sebagai berikut:

> *"Cara menjaga kualitas produk yaitu dengan cara memperindah penampilan, kemasan dan cita rasa dari produk roti ini. Dan kami juga selalu Amanah terhadap pesanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan".*[11]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Atika selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai kualitas. Berikut ungkapan dari Mbak Atika kepada peneliti mengenai kualitas di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Di Istana Syari'ah Bakery kualitas memang dinomor satukan mbak. Walupun dengan harga yang paling murah Rp. 1.500 tetapi dalam memproses produknya kita menggunakan produk yang bagus dengan standar yang baik pula".*[12]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katemi selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai kualitas. Berikut ungkapan dari Ibu Katemi kepada peneliti mengenai kualitas di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

---

[11] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[12] Wawancara dengan Mbak Atika (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

> *"Kualitas produk di Istana Syari'ah Bakery ini memang sudah sesuai dengan standart dari produk-produk yang dipasarkan. Iya memang dengan harga yang sekian kualitas produk ini tetap dipertahankan dan tidak merugikan konsumen".*[13]

Istana Syari'ah Bakery selalu mengedepankan kualitas agar produk yang dijualannya memiliki karakteristik atau keunikan tersendiri. Supaya produk yang terjual selalu teringat dibenak para pelanggan. Bahkan mereka juga harus membuat produk roti yang berbeda-beda agar roti tersebut tidak monoton dan juga pelanggan tertarik untuk membelinya. Keunikan haruslah dipertahankan dalam setiap memproduksi beberapa produk yang nantinya akan dipasarkan ke konsumen.

Dari hasil wawancara dengan narasumber dapat disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery selalu menjaga kualitas produknya dengan cara memperindah tampilan, kemasan dan cita rasanya.

c. Desain

Pemikiran baru yang fundamental atas seni dengan tidak hanya menitikberatkan pada nilai estetik, tetapi juga aspek fungsi dan latar industri secara merata. Desain merupakan faktor yang digunakan untuk memperindah suatu produk yang mana nantinya dengan produk-produk yang baru maka akan memunculkan inovasi sebagai dasar atas pemikiran baru tersebut. Adapun hasil wawancara peneliti kepada pemilik toko roti adalah sebagai berikut:

> *"Iya mbak, cara memperindah atau mendesain produk roti dengan menggunakan cream untuk menghias kue agar terlihat cantik, agar*

[13] Wawancara dengan Ibu Katemi (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

pesanan yang dibeli oleh pelanggan memuaskan dan tidak adanya kecacatan dalam melakukan pendesainan produk. Disini kami menggunakan berbagai macam toping yaitu seperti meses, keju, choco chip dan juga kacang".[14]

Sama dengan yang diungkapkan oleh mbak Atika selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai desain. Berikut ungkapan dari Mbak Atika kepada peneliti mengenai desain di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

"Disini cara mendesain produk itu menggunakan cream yang bervarian rasa. Dengan tampilan produk yang bermacam-macam maka, produk di Istana Syari'ah Bakery ini selalu menciptakan inovasi tersendiri. Karyawan selalu mendesain yang terbaik agar produk roti di minati oleh para masyarakat".[15]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katimah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai desain. Berikut ungkapan dari Ibu Katimah kepada peneliti mengenai desain di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

"Saya suka dengan desain produk di Istana Syari'ah Bakery ini, walaupun banyak sekali toko roti dengan desain yang lebih baik. Saya rasa desain di Istana Syari'ah Bakery ini cukup menarik untuk seseorang mempertimbangkan untuk membeli produk roti disini".[16]

Di Istana Syari'ah Bakery ini desain merupakan hal pokok yang harus tetap dijaga untuk mempertahankan produk-produk roti yang dijual. Dengan adanya desain yang unik dan menarik ini diharapkan bisa menarik minat pelanggan untuk tetap membeli produk di toko roti syari'ah.

---

[14] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[15] Wawancara dengan Mbak Atika (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 14 September 2020

[16] Wawancara dengan Ibu Istiqomah (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 22 September 2020

Kreatifitas harus dijaga supaya bisa membuat atau menciptakan inovasi tersendiri.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa cara mendesain produk roti yaitu dengan memperindah produk tersebut menggunakan cream untuk menghias roti agar terlihat cantik dan juga melakukan pendesainan produk dengan berhati-hati agar tidak adanya kecacatan. Produk roti ini dihias dengan berabgai macam toping yang tersedia di toko roti tersebut.

d. Tampilan Produk

Tampilan produk harus dibuat semenarik mungkin, agar konsumen merasa puas dengan apa yang telah dia beli. Karena dengan tampilan produk yang memiliki ciri khas tersendiri maka dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi konsumen ketika akan membeli produk tersebut. Tampilan produk harus dibuat sebagus mungkin. Adapun hasil wawancara peneliti terhadap pemilik toko adalah sebagi berikut:

> *"Ya itu tadi mbak, sudah saya jelaskan dengan mempertahankan kualitas yang InsyaAllah Amanah dan tidak mengecewakan keinginan para pelanggan. Roti yang siap saji ini juga sudah saya sesuaikan dengan standar roti yang kami jual. Bahkan bisa dibilang produk roti ini Halal dan juga bersih"*.[17]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai tampilan produk. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai tampilan produk di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

---

[17] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

> *"Iya bisa dibilang begitu mbak. Tetapi ada juga masyarakat yang terkadang kurang puas dengan pesanan yang mereka pesan. Seperti terkadang ada kecacatan dalam pengemasan itu bisa mempengaruhi tampilan produknya. Kualitasnya tetap dijaga mbak".*[18]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katimah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai tampilan produk. Berikut ungkapan dari Ibu Katimah kepada peneliti mengenai tampilan produk di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Selama ini saya belum pernah mengalami complain terhadap tampilan produk bahkan produk yang dijual di Istana Syari'ah Bakery. Ketika saya pesan produk dengan jumlah yang banyak tampilan produknya tetap sesuai dengan keinginan saya*".[19]

Di Istana Syari'ah Bakery mereka selalu Amanah terhadap pesenan yang dipesan oleh pelanggan. Mereka mementingkan kepuasan pelanggan agar pelanggan yang membeli roti tidak kecewa. Kepuasan dari pelanggan merupakan faktor yang sangat penting terhadap usah yang sedang dijalankan di toko ini. Produk-produk yang dijual selalu bersih dan juga halal. Tampilan produk yang selalu dibuat semenarik mungkin dan juga sebagus mungkin bisa mempengaruhi keinginan para masyarakat untuk membeli produk roti tersebut.

Dari hasil pemaparan wawancara tersebut dapat disimpulkan sebagi berikut Istana Syari'ah Bakery mempertahankan kualitas produknya karena kualitas produk merupakan alat penting bagi pemasar

---

[18] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti *"Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 14 September 2020

[19] Wawancara dengan Ibu Katimah (Konsumen Toko Roti *"Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 22 September 2020

untuk menetapkan posisi dan juga selalu Amanah terhadap pesanan para pelanggan.

e. Kemasan

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan biasanya diciptakan dengan model yang baru yang berbeda dengan toko lainnya yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama. Pengemasan yang protektif memberikan perlindungan yang baik bagi produk-produk yang dikirim melalui transportasi yang dapat menanggung resiko dari para konsumen agar tidak terjadi kecacatan dalam pembelian produk. Adapun hasil wawancara peneliti terhadap pemilik toko adalah sebagai berikut:

> *"Model kemasan yang kami gunakan untuk roti yang ukurannya kecil yaitu kita bungkus menggunakan plastik tetapi untuk pesanan roti yang isinya bermacam-macam kita kemas menggunakan kardus. Kami juga menyediakan kardus kecil yang berlogo Toko Roti & Donat Syari'ah Bakery".*[20]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai kemasan. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai kemasan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Kemasan disini yang paling sering kami gunakan itu plastik mbak untuk membungkus dari setiap biji roti. Sedangkan jika konsumen memesan banyak maka dengan plastik tersebut kami kemas lagi ke dalam kardus yang berlogo*".[21]

---

[20] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[21] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katimah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai kemasan. Berikut ungkapan dari Ibu Katimah kepada peneliti mengenai kemasan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> *"Biasanya saya kalau memesan produk roti dengan jumlah yang banyak atau melebihi 200 biji menggunakan plastik dan juga kardus untuk mempermudah saya membawa produk rotinya. Sedangkan jika saya membeli produk roti dengan jumlah yang sedikit maka menggunakan plasti yang sudah disediakan oleh Istana Syari'ah Bakery".*[22]

Di Istana Syari'ah Bakery ini model kemasan yaitu dengan menggunakan plastik dan kardus kecil yang aman dari resiko kecacatan atau rusak. Kemasan ini mengurangi terjadinya kehancuran produk pada saat proses pengiriman, serta membuat produk tidak cepat busuk. Desain kemasan yang bagus juga memberikan tampilan yang menarik perhatian kosumen pada produk roti ini.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa model kemasan yang digunakan di Istana Syari'ah Bakery adalah menggunakan plastik untuk mengemas satu roti. Dan juga menggunakan kardus kecil yang berlogo Toko Roti & Donat Syari'ah Bakery jika pesanan rotinya bermacam-macam.

---

[22] Wawancara dengan Ibu Katimah (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

2. Strategi pemasaran berdasarkan unsur Harga (*Price*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulugagung

Dalam sebuah usaha tentunya harus ada strategi tersendiri dalam mengembangkan sebuah usaha yang dijalankannya. Di Istana Syari'ah Bakery juga memang sudah mengembangkan usahanya dengan berbagai macam strategi seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang disebut dengan *marketing mix* diataranya yaitu melalui unsur Harga (*Price*). Dalam unsur harga ini terdapat berbagai macam indikator antara lain sebagai berikut:

a. Harga

Dalam proses pemasaran harga merupakan satuan terpenting, karena harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Dalam penetapan harga dapat meningkatkan keuntungan dimana semakin tinggi penetapan harga maka semakin tinggi juga keuntungan yang didapatkan oleh penjual atau produsen. Tetapi para produsen tidak boleh seenaknya menaikkan harga barang karena ada komponen yang harus diperhatikan seperti daya beli konsumen. Adapun hasil wawancara peneliti terhadap pemilik toko adalah sebagai berikut:

> *"Harga dari macam-macam produk roti ini sangat bervarian mulai dari harga Rp 1.500 sampai Rp 200.000. Untuk yang harga Rp 200.000 ini adalah produk kue tart. Tetapi ada juga kue tart yang standar mulai dari harga Rp 50.000 sampai Rp 200.000, tergantung dari pesanan pelanggan juga mintanya yang kue tart seperti apa".*[23]

[23] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Atika selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai harga. Berikut ungkapan dari Mbak Atika kepada peneliti mengenai harga di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Mengenai harga disini harganya memang paling murah mbak. Karena dengan kardus yang berlogo untuk mengemas roti tersebut dibuat oleh anak dari Ibu Siti Aminah itu sendiri. Oleh karena itu harganya bisa dibilang sangat murah dengan kualitas roti yang bagus*".[24]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Istiqomah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai harga. Berikut ungkapan dari Ibu Istiqomah kepada peneliti mengenai harga di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> *"Harganya sangat standart mbak. Saya juga berlangganan di Istana Syari'ah Bakery tersebut. Harga yang standart dengan kualitas produk roti yang baik saya tertarik untuk membeli roti disana, walaupun banyak sekali penjual roti yang lebih bagus. Dan lokasi nya juga dekat sekali dengan rumah saya. Di Desa saya memang banyak sekali penjual roti yang siap saji seperti Istana Syari'ah Bakery ini, saya tetap berlangganan di Istana Syari'ah Bakery ini".*[25]

Di Istana Syari'ah Bakery harga merupakan satuan terpenting dalam menjual produk-produknya. Dengan memberikan keseimbangan terhadap harga kepada produknya maka produk yang terjual akan laris dipasaran. Harga sangat ditentukan di toko roti ini, mereka memberikan harga yang standar bahkan dari setiap tahunnya harga di toko roti ini tetap tidak berubah. Mereka selalu menetapkan harga yang murah dengan

---

[24] Wawancara dengan Mbak Atika (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[25] Wawancara dengan Ibu Istiqomah (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

kualitas yang baik pada produk yang dijualnya dengan tujuan untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa harga di Istana Syari'ah Bakery ini terbilang sangat murah dengan kualitas yang bagus. Bahkan dari setiap tahunnya mereka tidak pernah menaikkan harga rotinya. Harga roti mulai dari Rp 1.500,00 – Rp 200.000,00.

b. Rabat (diskon)

Rabat (diskon) diberikan kepada para konsumen jika pembeliannya melebihi standar dari penjualan roti tersebut. Rabat ini biasanya diberikan ketika menjelang Hari Raya, seperti Hari Raya Idhul Fitri dan Hari Raya Idhul Adha. Mereka memberikan rabat dengan tujuan agar produk tetap diminati oleh masyarakat. Adapun hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko adalah sebagai berikut:

> *"Kami memberikan diskon kepada pelanggan yang membeli roti lebih dari 200 biji. Diskon yang kami berikan 10% mbak. Dan kami juga memberikan bonus 5 biji roti".*[26]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Atika selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai rabat (diskon). Berikut ungkapan dari Mbak Atika kepada peneliti mengenai rabat (diskon) di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> *"Benar mbak. Dengan diskon atau rabat sebesar 10% dari pembelian roti minimal 200 biji roti dan juga mendapatkan bonus 5 biji roti".*[27]

---

[26] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[27] Wawancara dengan Mbak Atika (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 14 September 2020

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Istiqomah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai rabat (diskon). Berikut ungkapan dari Ibu Istiqomah kepada peneliti mengenai rabat (diskon) di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> *"Iya memang benar, diskon ini berlaku jika membeli produk roti minimal 200 biji dan mendapatkan diskon 10% dan 5 biji roti".*[28]

Istana Syari'ah Bakery selalu memberikan diskon atau rabat 10% kepada para konsumen jika pembelian roti melebihi standar. Waktu diawal berdirinya toko roti ini, mereka memberikan bonus dengan beli 10 biji roti gratis 1 roti. Pemberian diskon atau rabat kepada konsumen tetap dijalankan dengan semakin berkembangnya usaha toko roti tersebut.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery selalu memberikan rabat (diskon) kepada para pelanggan jika pembeliannya melebihi standar roti yang diproduksi.

c. Potongan harga khusus

Potongan harga khusus pengurangan dari apa yang tercantum didalam harga, serta diberikan kepada yang bersedia melakukan sesuatu pembelian produk yang telah disepakati oleh penjual. Pemberian potongan harga dapat berwujud uang atau tambahan barang. Tambahan barang yang diberikan penjual kepada konsumen ketika konsumen membeli produk dengan jumlah yang banyak. Adapun hasil wawancara peneliti kepada pemilik toko adalah sebagai berikut:

---

[28] Wawancara dengan Ibu Istiqomah (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 22 September 2020

"Misal ada pelanggan yang membeli roti lebih dari 200 biji disitu kami memberikan potongan harga khusus".[29]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai potongan harga khusus. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai potongan harga khusus di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

"*Potongan harga khusus yang diterapkan di Istana Syari'ah Bakery ini jika pembelian roti melebihi 200 biji roti maka akan mendapatkan potongan harga khusus, seperti yang dikatakan Ibu Siti Aminah mbak*".[30]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katemi selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai potongan harga khusus. Berikut ungkapan dari Ibu Katemi kepada peneliti mengenai potongan harga khusus di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

"*Benar mbak, saya memesan produk roti lebih dari 200 biji roti saya mendapatkan potongan harga khusus*".[31]

Di Istana Syari'ah Bakery memberikan potongan harga khusus kepada pelanggan jika pelanggan tersebut membeli produk roti melebihi 200 biji. Dan juga toko ini memberikan potongan harga khusus kepada pembeli karena adanya perubahan berat misalnya akibat kerusakan yang terjadi selama barang dalam pengangkutan.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa di Istana Syari'ah Bakery memberikan potongan harga khusus dengan pembelian

---

[29] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[30] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[31] Wawancara dengan Ibu Katemi (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

200 biji roti dan mendapatkan 10% ptongan harga khusus tersebut. Jika pembelian di bawah 200 biji roti maka tidak mendapatkan potongan harga khusus.

d. Periode pembayaran

Periode pembayaran bisa dilakukan dengan perjanjian antara penjual dengan pembeli melalui batas waktu yan telah ditetapkan. Dengan periode pembayaran langsung tunai maka suatu perusahaan memberikan rabat (diskon) terhadap pembeli yang membayar uang tunai di awal. Sedangkan kalau pembeli mambayar *Down Payment* (DP) atau uang muka murni di awal maka harus dilunasi setelah produk yang dibuat sudah jadi. Periode pembayaran ini berlaku jika seorang konsumen memesan produk yang banyak, dan belum bisa melunasinya. Adapun hasil wawancara dari peneliti kepada pemilik toko roti adalah sebagi berikut:

> *"Kalau konsumen membeli roti melebihi 200 biji maka pembayaran bisa di DP di awal dengan setengah harga atau minimal Rp 50.000. Jika pesanan sudah jadi maka konsumen bisa mengambil sekaligus melunasi pembayaran. Jadi kami menawarkan 2 macam sistem pembayaran yaitu bisa di DP di awal atau langsung dilunasi diakhir kalau produknya sudah jadi".*[32]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Atika selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai periode pembayaran. Berikut ungkapan dari Mbak Atika kepada peneliti mengenai periode pembayaran di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

[32] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

> *"Disini sistem periode yang paling digunakan adalah jika pembelian melebihi 100 maka pembeli membayar separo harga, tetapi kalau pembeli membeli beberapa biji roti maka pembayaran bisa dilunasi diawal".*[33]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Istiqomah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai periode pembayaran. Berikut ungkapan dari Ibu Istiqomah kepada peneliti mengenai periode pembayaran di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Saya membeli produk roti disini dengan beberapa biji roti maka periode pembayarannya dilunasi diawal mbak. Tetapi saya juga pernah memesan roti di Istana Syari'ah Bakery dengan melebihi 200 biji saya membayarnya itu di DP kemudian kalau pesanan roti yang saya pesan sudah jadi saya melunasinya mbak*".[34]

Istana Syari'ah Bakery memberikan sistem periode pembayaran jika konsumen memesan roti melebihi 200 biji maka pembayaran tersebut bisa di DP diawal dan juga bisa melunasi sekaligus diawal pembayaran dengan jangka waktu yang pendek. Sistem periode pembayaran yang diterapkan di toko roti syari'ah ini sudah menjadi perjanjian antara penjual dan pembeli. Jika terjadi barang cacat atau rusak bisa digantikan dengan barang yang baru atau produk yang baru.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulakn bahwa Istana Syari'ah Bakery menerapkan dua sistem periode pembayaran yaitu yang pertama jika konsumen membeli roti melebihi 200 biji maka bisa di DP di awal dengan minimal DP Rp 50.000 setelah itu jika produk roti sudah jadi

---

[33] Wawancara dengan Mbak Atika (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 14 September 2020

[34] Wawancara dengan Ibu Istiqomah (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

maka bisa dilunasi. Yang kedua bisa langsung melakukan pembayaran tunai diawal pemesanan dengan jangka waktu yang pendek.

3. Strategi pemasaran berdasarkan unsur Promosi (*Promotion*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulugagung

Dalam sebuah usaha tentunya harus ada strategi tersendiri dalam mengembangkan sebuah usaha yang dijalankannya. Di Istana Syari'ah Bakery juga memang sudah mengembangkan usahanya dengan berbagai macam strategi seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang disebut dengan *marketing mix* diataranya yaitu melalui unsur Promosi (*Promotion*). Dalam unsur promosi ini terdapat berbagai macam indikator antara lain sebagai berikut:

a. Promosi penjualan

Promosi penjualan ini dilakukan untuk menarik pelanggan baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, dan juga menyerang aktivitas promosi pesaing atau mengupayakan sebuah kerjasama yang lebih erat dengan pengecer. Dengan adanya promosi penjualan ini maka dapat mendukung serta mengkoordinasikan kegiatan dari *personal selling* dan iklan. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil wawancara peneliti kepada pemilik toko roti adalah sebagai berikut:

> *"Di awal berdirinya toko ini kami menggunakan promosi penjualan yaitu dengan media cetak seperti brosur dan juga dengan menerapkan bonus beli 10 gratis 1. Selang berjalannya waktu yang semakin*

canggih kami menggunakan promosi yaitu dengan internet, yang kami pasarkan melalui Facebook dan Instagram".[35]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai promosi penjualan. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai promosi penjualan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

"*Menggunakan dua media mbak. Yang pertama menggunakan media cetak seperti brosur dan yang kedua menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram. Disini juga menerima pesanan dadakan untuk produk kue tart*".[36]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katimah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai promosi penjualan. Berikut ungkapan dari Ibu Katimah kepada peneliti mengenai promosi penjualan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

"Kalau zaman sekarang banyak sekali Handphone android. Saya mengetahui promosinya itu di media sosial seperti Facebook. Setelah saya tertarik untuk membeli produk roti di Istana Syari'ah Bakery tersebut".[37]

Di Istana Syari'ah Bakery menerapkan 2 promosi penjualan yaitu 1) media cetak seperti brosur dan juga menerapkan bonus beli 10 gratis 1. 2) menggunakan promosi melalui internet yaitu melalui *Facebook* dan juga *Instagram*. Semakin berkembangnya perusahaan maka semakin canggih pula strategi yang digunakan, yaitu dengan melalui media sosial

---

[35] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[36] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[37] Wawancara dengan Ibu Katimah (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

yang dikenal oleh masyarakat luas. Bahkan pembeli atau konsumen berada diluar kota pun bisa mengetahui informasi produk ini melalui media sosial tersebut.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery melakukan promosi melalui media cetak dan juga internet.

b. Periklanan

Periklanan ini paling umum digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat. Tanpa adanya iklan para produsen dan distributor tidak akan dapat menjual produknya, sedangkan disisi lain para pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk barang dan jasa yang tersedia di pasar. Apabila hal tersebut terjadi maka industri dan perekonomian pasti akan lumpuh. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil wawancara peneliti kepada pemilik toko adalah sebagai berikut:

> *"Alhamdulillah sudah mbak. Dengan dibantunya kedua macam media periklanan tersebut usaha roti kami berjalan lancar dan Alhamdulillah produk-produk roti kami semakin dikenal oleh masyarakat. Bahkan hampir setiap harinya habis dan membuat atau memproduksi roti lagi".*[38]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai periklanan. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai periklanan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

[38] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

> *"Alhamdulillah sudah sesuai mbak. Tetapi, seiring berjalannya waktu lama kelamaan periklanan ini jarang digunakan karena produk-produk yang kami tawarkan sudah dikenal dikalangan masyarakat luas. Dan pada saat ini kami mulai fokus lagi untuk memasarkan produk ke media sosial seperti Facebook dan Instagram".*[39]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Istiqomah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai periklanan. Berikut ungkapan dari Ibu Istiqomah kepada peneliti mengenai periklanan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Saya bisa mengetahui produk-produk roti di Istana Syari'ah Bakery ini melalui Facebook mbak. Anak saya yang memberitahu bahwa Istana Syari'ah Bakery ini mempromosikan produknya dengan harga yang terbilang sangat murah. Maka dari itu saya tertarik untuk membeli roti di Istana Syari'ah Bakery mbak*".[40]

Istana Syari'ah Bakery melakukan kegiatan periklanan agar dapat meningkatkan keuntungan yang secara berskala. Dimana dengan adanya periklanan ini maka dapat membangun kesadaran terhadap keberadaan produk yang ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang produk yang ditawarkan, dan membujuk calon konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Istana Syari'ah Bakery juga sudah menerapkan periklanan dengan menggunakan brosur dan juga internet melalui aplikasi *Facebook* dan *Instagram*.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya media sosial dan media cetak dapat membantu meningkatkan hasil penjualan. Karena dengan dua media tersebut produk roti yang dijual atau

---

[39] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 14 September 2020

[40] Wawancara dengan Ibu Istiqomah (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

dipasarkan dapat diketahui oleh masyarakat banyak seperti didaerah-daerah tertentu dan juga bahkan sampai keluar kota.

c. Tenaga penjualan

Tenaga penjualan ini berfokus pada bagian pemasaran yang berfungsi meningkatkan volume penjualan dengan cara meyakinkan konsumen sehingga termotivasi membeli suatu produk. Dalam kegiatan penjualan diperlukan kemampuan atau pengetahuan menjual suatu produk hingga jumlah penjualan meningkat tanpa memperhitungkan apakah produk tersebut sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti kepada pemlik toko adalah sebagai berikut:

> *"Waktu di awal berdirinya toko ini kami langsung terjun ke lapangan untuk menawarkan roti. Sampai akhirnya kami menitipkan roti-roti ini di toko kelontongan dan warung internet (warnet). Tetapi untuk sekarang kami fokus ke cabang-cabang di setiap daerah".*[41]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai tenaga penjualan. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai tenaga penjualan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> *"Tenaga penjualan disini memproduksikan roti untuk disalurkan oleh karyawan sales ke berbagai cabang disetiap daerah. Dengan menggunakan fasilitas kendaran bermotor seperti sepada motor yang sudah diberikan uang bensin oleh pemilik Istana Syari'ah Bakery".*[42]

---

[41] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[42] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 14 September 2020

Istana Syari'ah Bakery mempekerjakan tenaga penjualan tersendiri. Waktu awal berdirinya toko Istana Syari'ah Bakery ini langsung terjun ke lapangan untuk memasarkan atau menawarkan produk roti kepada masyarakat. Dan pernah juga menitipkan produk tersebut ke warung kelontongan dan warung internet pada sampai akhirnya untuk sekarang ini Istana Syari'ah Bakery lebih fokus ke cabang-cabang yang berada disetiap daerah tertentu. Tenaga penjualan merupakan barisan terdepan yang berhadapan langsung kepada para konsumen dengan memberikan segala informasi yang dimiliki oleh suatu produk untuk meyakinkan, menarik perhatian konsumen sehingga tertarik untuk membeli produk tersebut.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tenaga penjualan sangat dibutuhkan di Istana Syari'ah Bakery ini. Karena mereka bisa berhadapan langsung dengan para pelanggan dan juga bisa mengunggulkan suatu produk yang dijual di toko ini.

d. *Public Relation*

Public Relation merupakan proses interaksi dimana usaha yang direncanakan terus menerus guna membangun dan mempertahankan timbal balik antara organisasi dan masyarakat bahwa sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti kepada pemilik toko adalah sebagi berikut:

> *"Ya itu tadi mbak, tetap mempertahankan kualitas dari produk yang mana produk-produk tersebut mempunyai cita rasa yang diminati dan dinikmati oleh pelanggan. Dengan mempertahankan semua produk dan menambah produk-produk yang baru maka kualitas produknya ditingkatkan".*[43]

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery mempertahankan kualitas dari produk untuk meningkatkan cita rasa yang diminati dan dinikmati oleh para pelanggan. Dan juga dapat menambah sebuah produk baru atau menciptakan produk baru yang juga ditingkatkan dalam setiap penjualannya.

e. Pemasaran langsung

Pemasaran langsung dimana seseorang melakukan pemasaran dengan cara langsung atau tatap muka kepada para konsumen untuk menawarkan sebuah produk atau jasa yang dipasarkan dari orang per orangan. Dengan pemasaran ini maka produk akan dikenal secara langsung oleh masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil wawancara peneliti kepada pemilik toko adalah sebagai berikut:

> *"Sejak awal berdiri sasarannya yaitu dititipkan produk tersebut di toko kelontongan dan di warung internet (warnet) setelah itu dengan berkembangnya toko roti ini bisa membuka cabang-cabang baru yang ditempatkan diberbagai daerah maka produk tersebut di pasarkan juga di cabang-cabang tersebut".*[44]

---

[43] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[44] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Atika selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai pemasaran langsung. Berikut ungkapan dari Mbak Atika kepada peneliti mengenai pemasaran langsung di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Pemasaran langsung ini dilakukan oleh tenaga penjualan mbak. Mereka fokus mendistribusikan produk roti keberbagai cabang saja*".[45]

Di Istana Syari'ah Bakery memproduksi beberapa macam roti yang mana nantinya akan dipasarkan atau ditawarkan sesuai harga yang telah ditetapkan oleh seorang tenaga penjualan kepada para konsumen dengan melakukan pemasaran secara langsung dihadapan semua orang. Dengan perkembangan produk yang semakin lama semakin meningkat, Istana Syari'ah Bakery membuka cabang-cabang disetiap daerah untuk memasarkan produk roti tersebut.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery memasarkan produk roti ke semua cabang-cabangnya dengan tenaga penjualan yaitu sales.

4. Strategi pemasaran berdasarkan unsur Tempat (*Place*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulugagung

Dalam sebuah usaha tentunya harus ada strategi tersendiri dalam mengembangkan sebuah usaha yang dijalankannya. Di Istana Syari'ah Bakery juga memang sudah mengembangkan usahanya dengan berbagai macam strategi seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang disebut

[45] Wawancara dengan Mbak Atika (Karyawan Toko Roti"*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

dengan *marketing mix* diataranya yaitu melalui unsur Tempat (*Place*). Dalam unsur tempat ini terdapat berbagai macam indikator antara lain sebagai berikut:

a. Pengelompokan

Pengelompokan disini disesuaikan berdasarkan ciri dari kemasannya. Pengelompokan merupakan faktor penentu bagi pengusaha untuk menata hasil produksinya, mereka mengelompokkan berdasarkan harga barang, produk ataupun berdasarkan kegunaan barang. Ciri kemasan disini sangat ditentukan karena konsumen agar lebih mudah mengetahui satu barang dari barang lainnya. Hal tersebut dapat dibuktikan hasil wawancara peneliti kepada pemilik toko adalah sebagai berikut:

"*Penempatan rotinya disesuaikan dengan harga mbak"*.[46]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Atika selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai pengelompokan. Berikut ungkapan dari Mbak Atika kepada peneliti mengenai pengelompokan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Produk roti disini itu penataannya disesuikan dengan harga mbak. Supaya konsumen lebih mudah untuk memilih produk roti mana yang akan mereka beli*".[47]

[46] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[47] Wawancara dengan Mbak Atika (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katemi selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai pengelompokan. Berikut ungkapan dari Ibu Katemi kepada peneliti mengenai pengelompokan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Iya mbak memang benar di Istana Syari'ah Bakery penempatan rotinya berdasarkan harga. Dengan seperti itu konsumen lebih mudah untuk memilih dan memutuskan untuk membeli produk rotinya*".[48]

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery ini menempatkan produknya berdasarkan harga barang, mulai dari harga yang terkecil sampai yang besar. Mereka mengelompokkan harga ini supaya konsumen lebih mudah memilih dan menetukan produk mana yang akan mereka pilih dan mereka beli. Konsumen bebas memilih barang atau produk yang mereka suka sesuai dengan keinginan mereka. Jika barang di toko tidak ada maka konsumen wajib memesan roti tersebut dengan ketentuan atau perjanjian antara penjual dan pembeli.

b. Lokasi

Pemilihan lokasi ini merupakan faktor bersaing dalam usaha menarik pelanggan. Pengusaha menggunakan aneka ragam metode untuk menentukan lokasi, termasuk perhitungan transportasi, penelitian yang didasarkan pada kebiasaan belanja pelanggan, metode analisis lokasi dan sebagainya. Pengusaha hendaknya memperhatikan beberapa faktor lokasi,

---

[48] Wawancara dengan Ibu Katemi (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

misalnya seorang pengusaha harus memilih daerah geografis yang strategis yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sasaran, memperhatikan ketersediaan dan keragaman produk, kemudahan mencapai lokasi serta pola saluran pemasarannya. Hal tersebut dapat dibuktikan hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko adalah sebagai berikut:

> *"Dengan cara melihat dulu apakah di kota atau di desa. Pertama kami menentukan lokasi di Kota dengan pertimbangan akses jalan yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Seiring berjalannya waktu kami menyadari ternyata warga desa juga meminati produk roti kami. Kemudian kami mendirikan cabang-cabang yang berada di desa".*[49]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Atika selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai lokasi. Berikut ungkapan dari Mbak Atika kepada peneliti mengenai lokasi di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> *"Iya mbak, lokasi Istana Syari'ah Bakery ini sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Istana Syari'ah Bakery ini bisa dicari di google map".*[50]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Katimah selaku konsumen di Istana Syari'ah Bakery mengenai lokasi. Berikut ungkapan dari Ibu Katimah kepada peneliti mengenai lokasi di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> *"Memang benar lokasi Istana Syari'ah Bakery ini mudah dicarai, saya mengetahui pertama kali melalui aplikasi Facebook setelah itu saya buka lewat aplikasi google map mbak*".[51]

---

[49] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[50] Wawancara dengan Mbak Atika (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*") Tanggal 14 September 2020

[51] Wawancara dengan Ibu Katimah (Konsumen Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 22 September 2020

Di Istana Syari'ah Bakery menentukan lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat atau konsumen. Mereka memilih lokasi yang daerahnya geografis dan strategis untuk memasarkan sebuah produk roti. Mereka juga melihat dari perhitungan transportasi apakah jauh dari kerumunan masyarakat atau yang lebih banyak penduduknya. Maka pemilik roti syari'ah ini memilih tempat yang penduduknya mayoritas banyak seperti di daerah pusat kota dan di pedesaan. Kebanyakan penduduk kota orangnya sibuk-sibuk maka mereka setiap harinya selalu ingin membeli produk roti yang siap saji, sedangkan untuk masyarakat desa mereka membeli produk roti dengan jumlah banyak untuk acara-acra tertentu seperti pernikahan, ulang tahun dan juga untuk acara keluarga.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang tinggal di pusat kota atau di desa sama-sama meminati produk roti ini sesuai kebutuhan mereka masing-masing, seperti untuk acara-acara tertentu.

c. Persediaan

Persediaan sering digunakan diperusahan besar atau tempat produksi barang-barang untuk memudahkan proses produksi. Persediaan ini mempunyai tujuan menghilangkan resiko keterlambatan barang tiba, untuk dapat memenuhi kebutuhan atau permintaan, menjaga keberlangsungan produksi atau menjaga agar perusahaan tidak mengalami kehabisan persediaan yang mengakibatkan terhentinya proses produksi. Tetapi di toko-toko roti mereka tidak memiliki persediaan produk yang

sudah jadi atau matang, mereka selalu memproduksi roti dengan jumlah tertentu dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko adalah sebagai berikut:

> *"Alhamdulillah mbak, selama kami jualan kami tidak pernah menampung atau bahkan menjual produk yang lama untuk dijual kembali. Roti-roti yang kami jual selalu baru dan bersih"*.[52]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai persediaan. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai persediaan di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> *"Persediaannya selalu baru. Karena setiap harinya Istana Syari'ah Bakery ini memproduksi roti dengan jumlah yang tak menentu. Untuk itu persediaan disini memang selalu baru mbak*".[53]

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery tidak pernah menampung atau menjual produk lama untuk dijual kembali. Mereka selalu memproduksi roti pada siang dan malam hari, roti-roti di toko roti syari'ah ini selalu baru. Adapun persediaan barang-barang yang ada di toko roti yang tidak mudah busuk untuk memproduksi roti yaitu seperti tepung, toping dan bahan-bahan lainnya.

---

[52] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[53] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

d. Transportasi

Transportasi digunakan untuk memindahkan barang dari satu tempat ketempat yang lainnya. Karena dengan adanya transportasi ini maka lebih mudah bagi seorang tenaga penjual untuk melakukan pemindahan barang yang sudah diproduksi ke tempat yang lain atau jika memiliki cabang bisa dipindahkan ke cabangnya. Transportasi ini sangat penting dan berguna. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik toko adalah sebagai berikut:

> *"Ada salesnya sendiri mbak, dari beberapa sales menyalurkan produk tersebut keberbagai cabang. Dengan menggunakan sepada motor yang sudah diberikan uang bensin dari toko kami ini"*.[54]

Sama dengan yang diungkapkan oleh Mbak Riska selaku karyawan di Istana Syari'ah Bakery mengenai transportasi. Berikut ungkapan dari Mbak Riska kepada peneliti mengenai transportasi di Istana Syari'ah Bakery sebagai berikut:

> "*Alat Transportasi yang disediakan disini yaitu sepeda motor mbak, untuk mendistribusikan produk rotinya diberbagai cabang pada setiap daerah*".[55]

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa Istana Syari'ah Bakery menyediakan fasilitas transportasi untuk memindahkan produk roti ke cabang-cabangnya. Mereka memberikan uang transportasi kepada tenaga penjual yang berupa uang bensin. Transportasi ini disediakan oleh pemilik toko roti ini untuk menyalurkan produk rotinya ke

---

[54] Wawancara dengan Ibu Siti Aminah (Pemilik Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*"), Tanggal 14 September 2020

[55] Wawancara dengan Mbak Riska (Karyawan Toko Roti "*Istana Syari'ah Bakery*), Tanggal 14 September 2020

cabnag-cabang. Penyaluran produk ini dijalankan oleh sales dari toko roti syari'ah ini.

C. Analisis Data

Berdasarkan hasil temuan yang dilakukan oleh peneliti maka peneliti menganalisis bahwa:

1. Strategi pemasaran berdasarkan unsur Produk (*Product*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulungagung

Setiap pengusaha pasti memiliki sebuah strategi dalam mengembangkan usahanya, hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kualitas maupun persaingan dengan produk-produk lainnya. Berdasarkan hasil temuan di Istana Syari'ah Bakery peneliti dapat menganalisis bahwa strategi pemasaran berdasarkan unsur Produk (*Product*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulungagung diantaranya meliputi:

a. Keberagaman produk

Keberagaman produk merupakan macam atau jenis yang terdiri dari berbagai varian produk, yang mana dengan berbagai macam produk ini maka perusahaan lebih mudah menawarkan kepada masyarakat. Keberagaman produk dapat memudahkan pengusaha untuk menjual produknya kepada masyarakat, yang mana masyarakat bisa memilih dari berbagai macam produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga akan mendatangkan keuntungan bagi pengusaha tersebut.

Di Istana Syari'ah Bakery produknya bermacam-macam, disana mereka memproduksi berbagai macam roti seperti roti yang buat hajatan,

roti buat hantaran dan lain sebagainya. Bahkan dengan adanya berbagai macam roti ini bisa menarik minat beli masyarakat di desa maupun di kota. Roti-roti yang kami produksi selalu mengedepankan cita rasa dengan meningkatkan berbagai varian rasa, bentuk roti dan juga toping yang dibuat sebagus mungkin.

Disini bentuk roti selalu berubah-ubah, mereka selalu membuat keunikan disetiap bentuk rotinya. Bentuk-bentuk roti ini antara lain, bisa dibentuk dengan bentuk kepang, digulung dan lain sebagainya. Mereka selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan.

b. Kualitas

Kualitas merupakan sebuah indikator yang sangat berpengaruh terhadap strategi pemasaran yang dibutuhkan untuk mengembangkan sebuah usaha. Usaha merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang dengan mengarahkan tenaga, upaya kreatifitas, serta kepandaian untuk membuat sebuah produk, pemasaran, pengembangan produk sehingga menghasilkan sesuatu yang lebih tinggi. Kualitas dapat berpengaruh terhadap laba atau keuntungan yang didapatkan dengan memiliki ciri dan karakteristik tersendiri dalam mengembangkan sebuah produk.

Istana Syari'ah Bakery selalu mengedepankan kualitas dalam produknya. Karena dengan kualitas yang bagus dan juga baik maka produk-produk yang dijual akan diterima oleh masyarakat. Di toko roti syari'ah ini macam-macam rotinya dibuat sesuai dengan keunikan tersendiri agar produk tersebut tidak monoton dalam bentuk maupun

penyediaan barang. Disini produk roti dibuat sesuai dengan keinginan pelanggan atau sesuai dengan pesanan pelanggan.

Istana Syari'ah Bakery selalu konsisten dengan permintaan pelanggan. Cara menjaga kualitas produk di toko ini adalah dengan cara memperindah penampilan, kemasan dan juga cita rasa dari semua produk yang dibuat atau diproduksi. Supaya pelanggan tidak kecewa dengan pesanan yang telah dipesan.

c. Desain

Desain merupakan rangkaian usaha untuk mempelajari dan merencanakan benda pakai yang fungsional, dan estetis sehingga menjadi lebih bernilai dan bermanfaat bagi penggunanya (konsumen). Desain produk bisa digunakan untuk merancang suatu benda yang akan diolah dan diproduksi akan menjadi benda yang lebih bermanfaat. Desain ini digunakan dapat memperindah penampilan dari suatu produk yang mana dengan produk-produk tersebut dapat memunculkan ide yang baru atau inovasi baru untuk mengembangkan sebuah produk.

Di Istana Syari'ah Bakery ini desain merupakan hal penting yang sangat ditonjolkan agar dapat menarik perhatian pelanggan pada produk yang di produksi di toko ini. Pendesainan dilakukan agar memperindah atau mempercantik penampilan dari produk-produk tersebut. Mereka mendesain produk roti dengan cara menggunakan *cream* untuk menghias kue agar terlihat lebih cantik dan dibutuhkan keberhati-hati dalam mendesain agar produk roti ini tidak mengalami kecacatan. Toping yang

digunakan seperti meses, keju, kacang, dan juga *choco chip* untuk mempercantik penampilan.

d. Tampilan produk

Tampilan produk merupakan sebuah unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan bahan dasar pertimbangan pengambilan keputusan pembelian. Tampilan produk ini harus dibuat semenarik mungkin agar para konsumen merasa puas dengan produk yang telah mereka beli. Disini ciri khas atau keunikan diperlukan dalam tampilan sebuah produk. Konsumen akan tertarik jika tampilan produknya bagus dan juga enak untuk dipandang mata.

Di Istana Syari'ah Bakery ini selalu mengedepankan tampilan produk agar produk yang dibuat atau diproduksi dikenal oleh masyarakat luas. Mereka selalu amanah terhadap pesanan yang dipesan oleh konsumen atau pelanggan, agar pelanggan tersebut senang dan juga puas dengan produk yang telah dibeli di toko roti ini. Kepuasan pelanggan menjadikan toko roti ini selalu tepat waktu dalam memproduksi sebuah produk.

e. Kemasan

Kemasan merupakan suatu wadah atau pembungkus yang berguna untuk mencegah atau meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk atau barang yang dikemas atau dibungkusnya. Kemasan ini dapat berfungsi sebagai pelindung atau keamanan produk dari hal-hal yang dapat merusak produk dan juga sebagai media promosi atau pemasaran.

Kemasan ini dibuat semenarik mungkin agar menampilkan sebuah ciri khas dari suatu produk yang dijual sehingga memiliki perbedaan dalam kemasannya.

Istana Syari'ah Bakery menggunakan model kemasan dengan plastik dan juga kardus kecil untuk menaruh produk rotinya agar tidak terjadi kerusakan atau kecacatan pada saat pengemasan dan juga pada saat proses pengantaran produk ini ke toko cabang. Ada juga kardus kecil yang berlogo Toko Roti & Donat Syari'ah Bakery yang digunakan untuk menaruh dua sampai tiga biji roti. Biasanya konsumen yang memesan produk roti dalam jumlah banyak untuk acara hajatan, pengemasannya menggunakan kardus kecil yang berlogo Toko Roti & Donat Syari'ah Bakery.

2. Strategi pemasaran berdasarkan unsur Harga (*Price*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulugagung

Setiap pengusaha pasti memiliki sebuah strategi dalam mengembangkan usahanya, hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kualitas maupun persaingan dengan produk-produk lainnya. Berdasarkan hasil temuan di Istana Syari'ah Bakery peneliti dapat menganalisis bahwa atrategi pemasaran berdasarkan unsur Harga (*Price*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulungagung diantaranya yaitu meliputi:

a. Harga

Harga merupakan hal pokok yang sangat digunakan untuk menentukan sebuah produk dari produk yang standar sampai produk yang

melebihi standar. Harga ini merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan.

Istana Syari'ah Bakery menerapkan harga yang bervariasi, mulai dari harga Rp 1.500,00 sampai Rp 200.000,00. Untuk yang Rp 200.000,00 ini adalah produk kue *tart*. Mereka selalu menyeimbangkan harga mulai dari yang terendah sampai yang paling mahal sesuai dengan produk roti yang dibuatnya. Jika produk-produk tersebut sesuai dengan harga pasar maka produk rotinya akan laris dipasaran dan lebih diminati oleh para konsumen. Disini harga dari setiap tahunnya tidak ada peningkatan atau bisa dibilang harga dari setiap produk roti tetap.

b. Rabat (diskon)

Rabat (diskon) merupakan jumlah yang dibayarkan dengan cara pengurangan, pengembalian atau pengembalian dana atas apa yang telah dibayarkan atau dikontribusikan. Rabat juga merupakan strategi pemasaran yang menawarkan sebuah produk dengan cara diiklankan sesuai harga tertentu yang diterapkan pada saat pembelian.

Di Istana Syari'ah Bakery selalu memberikan rabat atau diskon sebesar 10% kepada para konsumen jika pembelian rotinya melebihi standar. Rabat atau diskon ini selalu diterapkan karena dengan pembelian

yang melebihi standar dapat menunjang toko ini dan lebih diminati oleh para konsumen. Mereka juga memberikan bonus jika membeli roti 10 biji maka mereka akan mendapatkan bonus 1 biji roti.

c. Potongan harga khusus

Potongan harga khusus merupakan pengurangan yang tercacat didalam harga untuk melakukan sesuatu pembelian produk yang mana telah disepakati antara penjual dan pembeli. Potongan harga khusus ini bisa berupa uang atau barang yang diberikan penjual kepada pembeli ketika pembeli tersebut membeli barang dalam jumlah yang banyak.

Di Istana Syari'ah Bakery selalu memberikan potongan harga khusus pada saat konsumen membeli produk roti melebihi 200 biji dan mendapat rabat atau diskon 10% dan juga bonus jika membeli roti 10 biji maka akan mendapatkan bonus 1 biji roti. Selain mendapatkan rabat atau diskon 10% toko roti ini juga menerapkan pembelian 200 biji roti mendapatkan bonus 5 biji roti. Ketentuan ini sudah diterapkan dan dijalankan di Istana Syari'ah Bakery.

d. Periode pembayaran

Periode pembayaran merupakan sistem periode dengan cara pembayaran atau perjanjian yang dilakukan antara penjual dan pembeli dalam batas waktu tertentu atau sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat kedua belah pihak. Sistem periode pembayaran yang diberikan langsung atau tunai di awal pemesanan maka akan mendapatkan rabat (diskon) yang sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat di sebuah

perusahaan. Sedangkan jika konsumen membeli produk dalam jumlah banyak, tetapi pembayarannya melalui sistem DP (*Down Payment*) maka harus dilunasi setelah produk atau barang yang dipesan sudah jadi.

Begitu juga dengan Istana Syari'ah Bakery ini mereka selalu menerapkan periode pembayaran dengan sistem bayar langsung tunai ataupun di DP terlebih dahulu. Adapun ketentuan bayar langsung tunai ini mendapatkan rabat dan juga bonus, sedangkan dengan ketentuan DP maka konsumen atau pelanggan membayar setengah harga atau minimal Rp 50.000,00. Jika produknya sudah jadi maka konsumen wajib membayar lunas harga produk roti tersebut. Ketentuan ini sudah berlaku sejak awal berdirinya Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulungagung.

3. Strategi pemasaran berdasarkan unsur Promosi (*Promotion*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulugagung

Setiap pengusaha pasti memiliki sebuah strategi dalam mengembangkan usahnaya, hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kualitas maupun persaingan dengan produk-produk lainnya. Berdasarkan hasil temuan di Istana Syari'ah Bakery peneliti dapat menganalisis bahwa atrategi pemasaran berdasarkan unsur Promosi (*Promotion*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulungagung diantaranya yaitu meliputi:

a. Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia

menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Promosi penjualan ini sangat penting dalam pemasaran sebuah produk karena pemikiran akan ide-ide baru untuk menciptakan kondisi penjualan yang menguntungkan, mempromosikan penjualan dan ekspansi penjualan di masa depan.

Adapun di Istana Syari'ah Bakery ini juga menggunakan promosi penjualan sebagai penunjang usaha mereka supaya berkembang sangat pesat dan diminati oleh para konsumen. Mereka menerapkan dua promosi penjualan yaitu yang pertama dengan menggunakan media cetak seperti brosur dan yang ke dua menggunakan promosi penjualan dengan media internet seperti *Facebook* dan *Instagram*. Karena dengan ke dua aplikasi tersebut maka produk-produk yang ditawarkan melalui internet akan diterima atau dibaca oleh para masyarakat.

b. Periklanan

Periklanan merupakan hal pokok yang paling umum digunakan oleh seorang pengusaha untuk memasarkan produknya ketika pada saat mereka membangun usaha dari awal. Periklanan ini digunakan ketika penjual atau pengusaha menawarkan produknya kepada para calon konsumen dengan informasi yang ada. Pembeli tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk yang tersedia di pasar, jika para pengusaha tersebut tidak menawarkan produknya melalui periklanan. Jika hal tersebut terjadi maka akan melumpuhkan perekonomian bagi calon pengusaha dan distributor lainnya.

Begitu juga dengan Istana Syari'ah Bakery ini mereka menggunakan periklanan untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan sesuai dengan yang strategi yang telah dirancang di awal berdirinya toko ini. Dimana dengan adanya periklanan ini maka calon konsumen dapat menerima informasi terhadap produk yang ditawarkan yang dapat membujuk mereka untuk membeli produk di toko roti syari'ah ini.

Periklanan di Istana Syari'ah Bakery menggunakan dua macam media yaitu melalui media cetak dan juga melalui media internet. Dibantunya dengan kedua media ini maka Istana Syari'ah Bakery berkembang sangat pesat dan produk-produk rotinya diterima oleh masyarakat luas.

c. Tenaga penjualan

Tenaga penjualan merupakan individu yang menawarkan suatu produk dalam suatu proses penjualan untuk mencapai suatu target penjualan. Biasanya tenaga penjualan ini menghadapi konsumen langsung melalui tatap muka, menghubungi lewat telpon dan bisa juga bertemu di sebuah acara atau kegiatan. Disini tenaga penjualan sangat berperan penting dalam menjalankan sebuah usaha karena mereka berfungsi untuk menaikkan penjualan perusahaan dan dapat meyakinkan manfaat atau kelebihan produk yang ditawarkan kepada calon konsumen supaya konsumen tersebut termotivasi untuk membeli produk dari perusahaan tersebut.

Di Istana Syari'ah Bakery sangat membutuhkan tenaga penjualan. Karena mereka berperan untuk memasarakan atau menawarkan produk kepada calon konsumen agar konsumen tertarik dan membeli produk roti ini. Sejak awal berdirinya toko roti ini tenaga penjualan langsung terjun ke lapangan untuk memasarkan roti. Semakin lama Istana Syari'ah Bakery ini menitipkan produk rotinya ke warung kelontongan dan juga warung internet (warnet) bahkan toko roti syari'ah ini juga menaruh rotinya ke cabang-cabang di setiap daerah.

d. *Public Relation* (PR)

Public Relation merupakan strategi perusahaan untuk membangun relasi baik dengan publik supaya dapat mendapatkan opini yang positif dari kalangan masyarakat sekitar. *Public Relation* ini sangat penting dalam membangun citra positif atau pandangan baik dari masyarakat secara luas terhadap perusahaan yang bersangkutan. Strategi perusahaan yang dibangun oleh *Public Relation* ini dapat meningkatkan sinergi yang positif terhadap pemasaran dan dapat meningkatkan harmonisasi antara organisasi atau perusahaan.

Istana Syari'ah Bakery ini selalu mengedepankan *Public Relation* yang baik, karena *Public Relation* adalah jembatan utama yang menghubungkan toko dengan masyarakat. Seiring berkembangnya toko roti syari'ah ini, *Public Relation* kurang diutamakan karena toko roti syari'ah ini lebih fokus ke promosinya melalui media internet.

e. Pemasaran langsung

Pemasaran langsung merupakan sistem pemasaran yang memakai berbagai iklan untuk berinteraksi secara langsung dengan target konsumen dan biasanya interaksi ini dilakukan melalui telepon, email, atau bertemu langsung dengan konsumen untuk mendapatkan respon langsung. Adapun pemasaran langsung ini memiliki tujuan untuk memasarkan produk kepada target konsumen dengan biaya pemasarn yang lebih minim.

Istana Syari'ah Bakery menjual produk roti yang bermacam-macam dengan harga yang sudah disesuaikan produk roti tersebut. Produk roti ini dipasarkan dan ditawarkan oleh tenaga penjual kepada para konsumen dengan melakukan pemasaran secara langsung. Toko roti syari'ah ini juga membuka berbagai cabang-cabang di setiap daerah untuk memasarkan produk roti tersebut. Tenaga penjualan sangat berperan penting dalam pemasaran langsung maka dari itu pemasaran langsung ini dilakukan dengan tepat dan juga sesuai dengan strategi pemasaran yang ada.

4. Strategi pemasaran berdasarkan unsur Tempat (*Place*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulugagung

Setiap pengusaha pasti memiliki sebuah strategi dalam mengembangkan usahanya, hal ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kualitas maupun persaingan dengan produk-produk lainnya. Berdasarkan hasil temuan di Istana Syari'ah Bakery peneliti dapat menganalisis bahwa strategi

pemasaran berdasarkan unsur Tempat (*Place*) yang diterapkan pada Istana Syari'ah Bakery di Kabupaten Tulungagung diantaranya yaitu meliputi:

a. Pengelompokan

Pengelompokan merupakan sebuah susunan produk yang disesuaikan berdasarkan harga dan ciri kemasan. Ciri kemasan disini ditentukan karena supaya konsumen lebih mudah memilih produk mana yang disukai atau yang akan dibeli. Pengelompokan merupakan faktor yang sangat penting untuk menata sebuah produk yang akan dijual.

Istana Syari'ah Bakery menempatkan produknya berdasarkan dengan harga mulai dari harga yang terkecil sampai yang besar. Mereka menempatkan produk roti ini berdasarkan dengan harga agar para konsumen lebih mudah memilih produk roti mana yang akan mereka beli.

b. Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan lokasi merupakan faktor terpenting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhunbungan dengan keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang paling ideal bagi perusahaan adalah lokasi dimana biaya operasinya paling rendah serendah mungkin. Lokasi yang asalah akan menyebabkan biaya operasi perusahaan tinggi. Sebagai akibatnya, tidak akan mampu bersaing dan meneyebabkan kerugian. Oleh karena itu

lokasi tempat usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlak harus dipenuhi oleh setiap perusahaan.

Istana Syari'ah Bakery menentukan lokasi di daerah yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Mereka menentukan lokasi di desa ataupun di kota dengan pertimbangan akses jalan yang mudah dijangkau dan mudah buat parkir bagi kendaraan. Pertama kali toko roti ini mendirikan usaha di kota, tetapi seiring berjalannya waktu masyarakar desapun juga tertarik untuk membeli produk di toko ini. Maka dari itu pemilik usaha toko roti syari'ah membuka cabang-cabang diberbagai daerah di desa.

c. Persediaan

Persediaan merupakan dimana barang-barang yang akan disimpan untuk dapat digunakan atau juga akan dijual pada masa periode yang akan datang. Persediaan ini mempunyai fungsi sebagai fluktuasi permintaan dan menyediakan persediaan barang yang akan memberikan pilihan bagi pelanggan, memisahkan beragam bagian proses produksi, mengambil keuntungan diskon kuantitas, dan juga menjaga pengaruh inflasi dan naiknya harga.

Istana Syari'ah Bakery tidak pernah menampung produk lama atau produk yang tidak laku untuk dijual kembali. Karena mereka selalu memproduksi produk-produk yang baru pada saat malam hari ataupun siang hari. Mereka juga mempekerjakan karyawan produksi yang dibagi menjadi dua *shift* untuk memproduksi produk roti tersebut. Jadi, produk

roti di toko syari'ah ini selalu baru. Adapun barang-barang yang ditampung atau disimpan yaitu barang setengah jadi seperti tepung, mentega, toping dan lain sebagainya.

d. Transportasi

Transportasi sangat penting digunakan bagi seorang pengusaha untuk mengantarkan barang atau jasa melalui sales atau tenaga penjualan kepada para konsumen. Transportasi ini merupakan faktor yang paling dominan bagi pengusaha untuk menyalurkan produk-produknya ke distributor atau cabang perusahaan. Disini transportasi selalu disediakan oleh perusahaan beserta uang bensinnya.

Istana Syari'ah Bakery menyediakan fasilitas transportasi untuk mengirim produk dari toko pusat keberbagai cabang-cabangnya. Mereka selalu menyediakan uang transportasi kepada tenaga penjualan yang berupa uang bensin.