

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Home Industri Roti Monasqu

Home Industri Roti Monasqu merupakan sebuah perusahaan perorangan yang didirikan pada awal tahun 2013 oleh Bapak Sokib yang di terletak di Dusun Gilang Rt 02 Rw 06 Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung dimana home industri ini bergerak pada bidang industri makanan yang memproduksi berbagai aneka roti manis. Awal mula pendirian usaha ini dilakukan oleh 4 orang dimana yaitu Bapak Sokib (pemilik) mencoba membuat roti sendiri dengan cara manual setelah itu menawarkan produk tersebut ke sekitar tetangga dan mendapatkan respon yang baik sehingga ia mulai meneruskan usaha tersebut sampai sekarang.

Pada awal pendirian karyawan masih sedikit dan upah yang didapat juga masih sedikit serta belum banyak mesin-mesin yang canggih. namun seiring waktu berjalan upah yang didapat pun meningkat dan sekarang ini Home industri roti Monasqu mempunyai 55 karyawan yang terdiri dari 2 bagian yaitu bagian pengemasan dan bagian produksi. Karyawan menerima upah sesuai hasil produk yang dihasilkan dimana hari kerja dan jam kerja karyawan disana berbeda dimana karyawan pengemasan pada hari selasa-sabtu mulai pukul 06.00-14.00 wib dan karyawan produksi pada hari senin-sabtu mulai

pukul 06.00-16.00 wib dengan masing-masing mendapat waktu istirahat 1 jam.

Dalam proses pembuatan roti awal pendirian masih menggunakan alat manual seperti proses pengemasan yang masih dislomot dengan lilin dan proses oven yang masih menggunakan oven kecil namun sekarang sudah memakai alat modern yang sesuai standar produksi selain itu memerlukan bahan baku seperti tepung, garam, telur, minyak, ragi, margarin, coklat dan perasa. Kegiatan pemasaran produksi masih disekitar wilayah tulungagung melalui mulut ke mulut yang semakin lama semakin dikenal oleh masyarakat serta menerima pesanan dari dalam jumlah banyak atau sedikit. Home industri roti Monasqu memiliki beberapa varian rasa seperti rasa coklat, stroberi, duren, mocca.

2. Visi dan Misi Home Industri Roti Monasqu

a. Visi

Menyediakan produk roti yang berkualitas tinggi namun dengan harga terjangkau yang mampu bersaing dipasaran dan memberikan pelayanan baik kepada para konsumennya.

b. Misi

Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitarnya, memuaskan konsumen dan menjadikan usaha dikenal oleh masyarakat luas.

3. Struktur Organisasi Home Industri Roti Monasqu

- a. Pemilik : Bapak Sokib
- b. Bagian Produksi : Nur, Indah, Nurul, Rohmah dan Sri
- c. Bagian Keuangan : Siti
- d. Bagian Pengemasan : Juleha, Warti, Robiyah, Sulikah, Narti, Sutini, Murti, Likah, Suti dan Suji.

4. Job Deskripsi Home Industri Roti Monasqu

a. Pemilik

Sebagai pemilik usaha harus dapat memberi pedoman kerja kepada bawahannya, menentukan tujuan perusahaan untuk jangka pendek maupun jangka panjang, mengembangkan rencana jangka panjang atau suatu kebijakansanaan perusahaan dalam usahanya meningkatkan penjualan dan laba usaha, mengangkat atau memberhentikan karyawan, meberikan gaji karyawan.

b. Bagian produksi

Bertugas mengkoordinir, mengawasi dan bertanggung jawab atas pelaksanaan produksi agar dapat terlaksana secara ekonomis dan efisien, bertanggung jawab atas terjadinya bahan mentah, bahan penolong, yang dibutuhkan untuk proses produksi maupun produk jadi yang ada, memberikan laporan produksi kepada pemilik.

c. Bagian keuangan

Bertugas mengelola administrasi keuangan, menyimpan arsip-arsipdengan baik sehingga bila sewaktu-waktu diadakan

pengontrolan, bertanggung jawab atas kelancaran administrasi perusahaan, mengatur dan bertanggung jawab atas keuangan perusahaan, bertanggung jawab kepada pemilik dengan memberikan laporan keuangan.

d. Karyawan

Karyawan bertanggung jawab dalam pembuatan kue dan roti atas kualitas dan kehygienisan kepada bagian produksi.

5. Proses Produksi Roti Monasqu

- a. Pemilihan bahan baku yang berkualitas baik dari tempat bahan baku, penimbangan bahan secara teliti dan tepat, untuk penimbangan air pastikan tidak berlebihan sehingga adonan menjadi lembek.
- b. Pengadukan / mixing dimana semua bahan kering diaduk dulu selama 5 menit sebelum air dan mentega dimasukkan, lakukan pencampuran semua bahan secara merata, lalu dilakukan fermentasi (ragi) selama 10-20 menit agar adonan mengembang sempurna.
- c. Pembuatan adonan bagi adonan sesuai dengan berat yang diinginkan lalu bentuk lapisan keras dipermukaan adonan, sehingga dapat menahan gas yang dihasilkan sampai tekstur roti halus setelah itu lakukan fermentasi kembali 10-15 menit selama proses ini.
- d. Harus ditutup dengan plastik agar tidak kering.

- e. Bentuk adonan roti sesuai bentuk produk untuk roti manis dapat diisi dengan berbagai isian, tetapi jangan terlalu banyak.
- f. Pencetakan adonan dengan meletakkan adonan dalam loyang (untuk roti manis)atur jarak adonan di loyang agar tidak menempel dan dapat memberikan ruang untuk pemanasan sisi roti. Olesi loyang dengan minyak atau gunakan lapisan kertas agar tidak lengket dan pastikan loyang selalu dalam keadaan bersih, baik sebelum dan sesudah digunakan.
- g. Pembakaran adonan dengan temperatur oven sesuai dengan jenis roti yang akan dibakar untuk roti manis dioven dengan suhu 180 derajat selama 5-10 menit setelah matang keluarkan roti dari loyang.
- h. Proses terakhir yaitu dinginkan roti terlebih dahulu sebelum dilakukan pembungkusan, saat pembungkusan berlangsung, pastikan ruang selalu bersih dengan ventilasi dan sirkulasi udara yang cukup.

B. Paparan Data

Pada dasarnya setiap usaha atau organisasi bisnis pasti memiliki strategi untuk terus mengembangkan usahanya. Pastinya antara usaha satu dengan yang lain memiliki perbedaan dan ciri khas masing-masing. Tidak terkecuali usaha Pabrik Roti Monasqu yang berlokasi di Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Dalam pemasarannya Pabrik Roti Monasqu menggunakan startegi bauran pemasaran (*marketing*

mix) dengan menggunakan variabel 7-P dalam meningkatkan omzet penjualan.

1. Paparan Tentang Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

a. Produk (*Product*)

Sebagai salah satu pabrik roti di Tulungagung Roti Monasqu memiliki beberapa produk yang ditawarkan untuk para pelanggannya. Sehingga dengan adanya produk tersebut dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggannya. Hal tersebut dipaparkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Saat ini baik pabrik maupun home industri dibidang bakery yang sangat banyak kita dapat mempertahankan eksistensinya, yaitu salah satunya dengan cara mengutamakan kualitas produk. Selanjutnya juga harus konsisten dalam menjaga kualitas tersebut, sehingga pelanggan tetap merasa puas. Selanjutnya adanya variasi produk atau inovasi produk yaitu dengan berbagai macam varian rasa yang membuat pelanggan tidak bosan dengan produk kami. Pemilihan bahan baku yang bagus tentunya akan menciptakan produk dengan kualitas yang bagus pula seperti tepung terigu dengan mutu yang baik, telur yang masih segar dan bahan pelengkap lainnya mendukung terciptanya kualitas roti yang enak dan aman untuk dikonsumsi. Selain itu roti basah kan tidak bisa tahan lama ya untuk itu kita pakai pengawet makanan yang diperbolehkan seperti natrium benzoat yang bisa menambah daya tahan makanan¹

Hal serupa diungkapkan oleh Ibu Rohmah selaku bagian produksi yang bekerja di Pabrik Roti Monasqu:

¹ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

Salah satu strategi yang digunakan yaitu dengan menjamin kualitas produk, salah satunya yaitu adanya varian rasa yang ada pada roti Monasqu ini mbak. Seperti yang awalnya hanya rasa coklat sekarang sudah ada seperti rasa strowbery, durian, dan mocca.²

Peningkatan penjualan Roti Monasqu tidaklah mudah, akan tetapi membutuhkan beberapa cara untuk mengatasi hal tersebut. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Roti Monasqu:

Untuk meningkatkan volume penjualan salah satu diantaranya yaitu dengan mengembangkan produk dan mencari inovasi-inovasi baru yang lebih beragam untuk produk yang kami jual. Kami mencoba membuat beberapa icon dari produk kami seperti logo dan merk. Kami membuat merk dengan nama Monasque agar mudah diingat oleh semua orang yang terinspirasi dari tugu Monasqu yang ada di Jakarta, sehingga logo kami juga berbentuk tugu Monasqu.³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dalam meningkatkan penjualannya Pabrik Roti Monasque menggunakan beberapa cara yaitu selalu berinovasi dalam mengembangkan produk serta menjaga kualitas produknya. Roti Monasqu merupakan roti basah yang hanya dapat bertahan disuhu suhu kamar selama tuju hari. Namun ada beberapa pengawet seperti kalsium propionat, natrium benzoat, kalium sorbat dan asam sorbat untuk menambah daya tahan roti.

² Wawancara dengan Ibu Rohmah (Karyawan Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

³ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Penentuan harga yang dilakukan pada pabrik Roti Monasqu dilihat dari kualitas bahan baku yang digunakan seperti yang dipaparkan oleh Bapak Sokib:

Kalo masalah harga disini sangat terjangkau mbak. Untuk satu bungkus roti itu hanya dipatok harga seribu rupiah untuk harga jual dipasaran. Kalo dari sini kan pakek sales freelance jadi lebih murah soalnya ngambilnya itu lumayan banyak.⁴

Hal serupa diungkapkan oleh Mas Irfan selaku *Sales Freelance* yang bekerja di Pabrik Roti Monasqu:

Harganya itu cukup murah karena hanya dibandrol dengan harga seribu rupiah per bungkus. Jadi semua kalangan itu bisa untuk membeli roti ini dan rasanya juga cukup enak.⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa Pabrik Monasqu menetapkan harga dengan sangat terjangkau, dimana semua kalangan dapat menikmati roti tersebut. Harga pasaran Roti Monasqu hanya Rp. 1000 per bungkusnya.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan termasuk Pabrik Roti Monasque untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Promosi yang dilakukan oleh Pabrik Roti Monasqu selain memanfaatkan media

⁴ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

⁵ Wawancara dengan Mas Irfan (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

sosial seperti facebook juga melakukan promosi melalui event-event yang dilakukan oleh dinas terkait dan juga menggunakan *sales freelance* sebagai ajang promosi. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Dulu awal-awal promosinya itu ikut bazar yang dilakukan di beberapa tempat seperti di Pemda. Selain itu apabila ada acara di daerah sini kami juga ikut serta dan tak ketinggalan kami juga promosi lewat akun media sosial seperti facebook. Sales freelance juga sangat membantu dalam mempromosikan produk kareba selain mendistribusikan produk mereka juga membantu dalam promosi.⁶

Hal ini juga dipaparkan oleh Mas Candra selaku *Sales Freelance* yang bekerja di Pabrik Roti Monasqu:

Sales disini juga sangat berperan dalam mempromosikan roti ini mbak. Karena pada saat kita mengantarkan barang kita kan juga melewati beberapa toko yang belum disupply oleh pabrik ini. Jadi kita sekalian mampir untuk menawarkan siapa tau toko tersebut tertarik. Selain itu dari pabrik sendiri juga ada beberapa promosi lewat bazar dan media sosial. Kalau sosial medianya itu setau saya masih facebook.⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa strategi promosi untuk meningkatkan penjualan yaitu melalui keikutsertaan beberapa *event*, melalui *sales freelance*, dan media sosial seperti *facebook*.

d. Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Tempat merupakan lokasi berdirinya usaha dimana tempat sangat mempengaruhi berjalannya suatu usaha. Semakin strategis

⁶ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

⁷ Wawancara dengan Mas Candra (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

tempat maka semakin banyak pula target pasar yang akan mengetahui lokasi tersebut. Hal ini dipaparkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Roti Monasqu:

Kalo tempat bisa dibilang ya cukup strategi mbak, karena Ngunut itu meskipun desa tapi kan cukup ramai ya mbak, nggak kalah dengan kota. Jadi sini juga jalur kota yang dilewati oleh bus-bus besar yang dari Blitar, Malang, maupun dari Tulungagung sini. Meskipun tempatnya agak masuk tetapi sudah banyak dikenal banyak orang selain itu kendaraan besar juga bisa masuk ke sini jadi tetap ramai konsumen yang datang ke sini. Sampai sejauh ini belum ada yang kesulitan untuk mencari pabrik ini.⁸

Hal serupa diungkapkan oleh Ibu Binti selaku konsumen Roti Monasqu:

Saya dari Blitar mbak. Iya biasanya kalau ada acara seperti hajatan saya selalu kesini untuk membeli roti ini. Kalau masalah tempat ya nggak masalah bagi saya mbak. Soalnya mobil juga bisa masuk sini.⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa Pabrik Roti Monasqu menyediakan tempat yang strategis dan mudah dijangkau sehingga para pelanggan dapat dengan mudah berkunjung ke lokasi pabrik tersebut.

e. Orang (People)

Proses pencari dan menemukan karyawan yang memiliki sifat pekerja keras, ulet, berpengalaman dan tanggung jawab pasti sulit, oleh karena itu proses perekrutan karyawan harus memiliki kriteria

⁸ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

⁹ Wawancara dengan Ibu Binti (Konsumen Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

yang bagus. Hal ini diungkapkan oleh pernyataan Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu mengatakan bahwa:

Kalo karyawannya itu berasal dari tetangga sini saja mbak. Semua berasal dari desa Gilang sini. Ibu-ibu disini awalnya kan banyak yang nganggur cuma ibu rumah tangga. Jadi setelah kerja di pabrik ya bisa bantu penghasilan suami.¹⁰

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Rohmah selaku Bagian Produksi di Pabrik Roti Monasqu:

Kebanyakan ya dari masyarakat desa sini mbak. Seperti saya ini juga dari desa sini. Dari pada dirumah cuma nganggur habis masak nggak ngapa-ngapain mbak jadi saya ikut saudara yang sudah lebih dulu bekerja disini.¹¹

Hal ini diperkuat oleh Ibu Narti selaku Bagian Pengemasan Pabrik Roti Monasqu:

Untuk karyawannya dari masyarakat sini mbak. Jadi untuk sistemnya itu kebanyakan yang udah masuk sini duluan itu pada ngajak tetangga-tetangganya gitu mbak. Kalo tempat kerjanya dekat itu kan lebih efisien dan lebih hemat waktu. Jadi bisa datang tepat waktu.¹²

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa Sumber Daya Manusia pada Pabrik Roti Monasque merupakan masyarakat dari Desa Gilang. Dimana masyarakat tersebut sebelumnya diberikan training atau pelatihan agar mampu memenuhi kriteria dan juga mampu memenuhi target perusahaan.

f. Proses (*Process*)

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

¹¹ Wawancara dengan Ibu Rohmah (Karyawan Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

¹² Wawancara dengan Ibu Narti (Karyawan Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

Proses disini merupakan alur bagaimana proses pendistribusian barang mulai dari pabrik sampai ke tangan konsumen. Hal ini dipaparkan oleh Bapak Sokib Selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Untuk pendistribusian produk ini kami dibantu oleh sales mbak. Dimana sales keliling ke toko-toko untuk menawarkan produk kami. Selain itu, mereka juga mengantarkan roti-roti ini ke toko yang udah langganan ke kami. Pemasaran kami saat ini udah mulai melebih hingga ke daerah Jawa Tengah. Jadi ya udah mulai lumayan banyak konsumen yang menyukai produk dari kami. Tidak hanya masyarakat dari Tulungagung saja.¹³

Hal serupa diungkapkan oleh Mas Irfan Selaku *Sales Freelance* yang bekerja di Pabrik Roti Monasqu:

Ya seperti saya ini sebagai sales freelance yang menawarkan ke toko-toko dan juga mengantar produk ke toko-toko langganan. Jadi disini pemasarannya itu melalui beberapa sales yang sudah ada. Tetapi ada juga beberapa konsumen yang langsung datang ke pabrik untuk membeli. Biasanya yang seperti ini ngambilnya dalam jumlah yang banyak mbak.¹⁴

Hal ini diperkuat oleh Mas Candra selaku *Sales Freelance* yang bekerja di Pabrik Roti Monasqu:

Pendistribusian roti ini melalui sales-sales seperti saya dan juga teman-teman ini mbak. Hampir semua toko-toko yang ada di Tulungagung dan sekitarnya ini menerima produk dari Roti Monasqu ini. Bahkan sekarang sudah sampai luar kota bahkan sudah sampai Jawa Tengah mbak.¹⁵

¹³ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

¹⁴ Wawancara dengan Mas Irfan (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

¹⁵ Wawancara dengan Mas Candra (*Sales Freelance*), Pada Tanggal 1 Oktober 2020.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa strategi penjualan yang dilakukan Pabrik Roti Monasqu dengan cara melakukan saluran distribusi dari *Sales Freelance*. Selain memanfaatkan *sales freelance*, para konsumen juga dapat secara langsung datang ke pabrik untuk langsung membelinya. Dengan adanya beberapa *sales freelance* membuat jangkauan pasar produk Roti Monasqu semakin luas.

g. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Tampilan fisik tempat usaha merupakan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan. Pabrik Roti Monasqu memiliki tampilan fisik berupa dua pabrik dengan bangunan yang luas yang terletak di Desa yang sama. Dimana konsep tersebut memudahkan para konsumen dalam pengambilan barang, sehingga dengan konsep tersebut konsumen tanpa perlu mengantri panjang untuk memperoleh produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Kami memiliki 2 pabrik untuk produksi sekaligus untuk pengambilan barang. karena dulu itu hanya memiliki satu pabrik akan tetapi tidak cukup untuk produksi dan juga menyimpan hasil produksi. Sehingga kami mendirikan satu pabrik lagi agar konsumen lebih nyaman dalam pengambilan produk dari kami.¹⁶

Hal serupa dipaparkan oleh Ibu Binti selaku Konsumen Roti Monasqu:

¹⁶ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

Pabrik Roti Monasqu ini kan sekarang ada dua. Jadi lebih memudahkan kami selaku pembeli untuk mendapatkan produk tersebut. Dulu itu pada saat masih ada assatu pabrik antriannya banyak sekali dan banyak mobil-mobil jadi ya gimana ya mbak nggak efisien banget. Setelah adanya pabrik kedua ini lumayan membantu dalam pengambilan barang nggak perlu antri-antri lagi.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa peningkatan tampilan fisik dengan mendirikan pabrik lagi yang berlokasi di desa yang sama dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang. Sehingga target penjualan produk dapat tercapai.

2. Paparan Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

a. Faktor Penghambat Strategi Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

1) Produk (*Product*)

Pabrik Roti Monasqu dalam penjualan produknya tidak selalu berjalan dengan mudah. Seperti halnya kurangnya alat produksi. seperti yang dipaparkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Hambatan yang kita temui yaitu pada saat permintaan pasar yang cukup banyak kita juga kewalahan mbak.

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Binti (Konsumen Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020,

Karena kita belum menggunakan alat produksi yang canggih. Selain itu kita dulu juga hanya memiliki satu tempat produksi. dimana tempat tersebut masih belum bisa menampung hasil produksi yang lumayan banyak.¹⁸

Hal serupa juga dipaparkan oleh Ibu Rohmah selaku Bagian

Produksi Pabrik Roti Monasqu:

Hambatannya belum tersedianya mesin-mesin canggih yang dapat menghasilkan roti dengan jumlah yang besar dan waktu yang singkat. Jadi disini hanya mengandalkan tenaga manual.¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa hambatan yang dialami oleh Pabrik Roti Monasqu dalam penjualannya yaitu belum memiliki mesin-mesin yang canggih sehingga dalam produksi hanya mampu memproduksi maksimal 2000 per hari.

2) Harga (Price)

Dalam penetapan harga banyak yang harus diperhatikan dalam penjualan Roti Monasqu. Seperti pesimisme masyarakat dengan anggapan bahwasannya dengan harga yang murah pastinya memiliki kualitas yang rendah. Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Kalo masalah harga ini kan sangat murah ya mbak. Jadi masyarakat yang belum mencoba mikirnya jadi malah ini kan roti murah mana mungkin rasanya enak. Padahal kan kita selalu mengedepankan rasa dan kualitas. Selain itu

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

¹⁹ Wawancara dengan Ibu Rohmah (Karyawan Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

*kan rasanya juga nggak kalah jauh sama roti-roti yang sudah ada dipasaran.*²⁰

Hal ini senada dengan pemaparan dadi Mas Candra selaku

Sales Freelance di Pabrik Roti Monasqu:

*Konsumen baru itu banyak yang masih mikir-mikir untuk mencoba produk baru. Pasti mereka mikirnya ini produk kok harganya Cuma seribu apa mungkin memiliki rasa yang enak.*²¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa hambatan yang ditemui pada penetapan harga yaitu adanya anggapan dari masyarakat bahwa harga barang yang terlalu murah memiliki kualitas yang rendah, begitupun sebaliknya. Jadi harga memberikan pengaruh terhadap pemikiran konsumen dalam pembelian produk Roti Monasqu.

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh Pabrik Roti Monasqu belum memaksimalkan media sosial untuk promosinya. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

*Kalo hambatannya di promosi itu kami belum bisa memaksimalkan sosial media. Kita hanya merambah di facebook saja akan tetapi juga belum efektif.*²²

Hal ini juga dipaparkan oleh Mas Candra selaku *sales freelance* di Pabrik Roti Monasqu:

²⁰ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

²¹ Wawancara dengan Mas Candra (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

²² Wawancara dengan Mas Irfan (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

Hambatannya itu tidak ada bagian khusus untuk promosi. Sebenarnya kita dulu sudah punya facebook untuk mempromosikan akan tetapi sekarang sudah jarang digunakan. Terakhir digunakan itu kalau nggak salah tahun 2019.²³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh Pabrik Roti Monasqu memiliki hambatan salah satunya kurang efektif dalam memanfaatkan sosial media yang ada.

4) Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Lokasi Pabrik Roti Monasqu bukan menjadi penghambat dalam penjualan peroduknya, meskipun letaknya tidak di jalan raya. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Kalau tempat sama sekali bukan faktor penghambat dalam penjualan produk ini. Karena akses kesini cukup mudah meskipun tidak di pinggir jalan akan tetapi mudah untuk ditemukan dan mobil-mobil pick up maupun box mudah masuk ke sini juga.²⁴

Hal serupa diungkapkan oleh Ibu Binti selaku Konsumen Roti Monasqu:

Kalau pertama kesini ya kesulitan mbak soalnya kan tempatnya nggak dipinggir jalan raya. Tetapi ya akses jalannya mudah sih.²⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa hambatan pada tempat yaitu kurangnya strategis, karena

²³ Wawancara dengan Mas Candra (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

²⁴ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

²⁵ Wawancara dengan Ibu Binti (Konsumen Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

tidak berada tepat di pinggir jalan raya Ngunut. Akan tetapi akses menuju pabrik sudah sangat mendukung kelancaran kendaraan untuk menuju pabrik.

5) Orang (*People*)

Proses perekrutan karyawan yang memiliki sifat pekerja keras, ulet, berpengalaman dan tanggung jawab pasti sulit, oleh karena itu proses perekrutan karyawan harus memiliki kriteria yang bagus. Akan tetapi perekrutan karyawan pada pabrik Roti Monasqu masih secara sederhana yaitu dengan cara merekrut masyarakat yang ada di sekitar pabrik. Hal ini sesuai dengan paparan Bapak Sokib selaku pemilik pabrik Roti Monasqu:

Kalau masalah karywan sini belum ada perekrutan yang khusus. Karena seluruh karyawan pabrik berasal dari masyarakat sekitar, jadi kalau ada masyarakat yang bekerja di sini ya bisa langsung masuk.

Diperkuat oleh pemaparan Ibu Narti selaku bagian pengemasan di pabrik Roti Monasqu:

Kalau karyawan sini ya semua berasal dari desa sini mbak, kalau masalah perekrutan karyawannya belum ada, kalau ada yang pengen masuk ya langsung bisa masuk aja.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa perekrutan yang dilakukan oleh pabrik Roti Monasqu belum ada kriteria perekrutan khusus. Seluruh karyawan yang ada di pabrik itu semua berasal dari masyarakat sekitar yang tidak semua memiliki keahlian khusus di bidangnya.

6) Proses (*Process*)

Proses merupakan cara bagaimana proses distribusi atau penyerahan barang dari pabrik sampai ke tangan konsumen. Hambatan yang dialami pada hal ini yaitu cuaca dan kemacetan. Karena kami menggunakan *sales freelance* untuk mendistribusikan produk. Hal ini sesuai dengan pemaparan Mas Irfan selaku *sales freelance* yang bekerja di Pabrik Roti Monasqu:

*Kendalanya untuk proses distribusi itu salah satunya cuaca. Kalo pans sih tidak masalah kalau hujan sedikit berbahaya karena pamdamgam kita sedikit terganggu oleh air hujan belum juga kalau jalannya licin.*²⁶

Hal ini disesuaikan dengan ungkapan dari Mas Candra selaku *sales freelance* pada Pabrik Roti Monasqu:

*Hambatannya ya di cuaca mbak. Kalo saya kan nganternya pakek motor jadi kalau hujan ya hujan-hujan belum lagi kalau jalannya licin. Terus kan juga ada kalau hujan kadang toko banyak yang tutup.*²⁷

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa salah satu hambatan dalam proses penyaluran produk yaitu adanya cuaca yang tidak menentu.

7) Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Tempat merupakan salah satu faktor penentu konsumen untuk membeli produknya. Hambatan dari segi tempat pada Pabrik Roti Monasqu yaitu bangunan produksi, penyimpanan

²⁶ Wawancara dengan Mas Irfan (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

²⁷ Wawancara dengan Mas Candra (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

dan pengambilan barang itu menjadi satu. Sehingga kurang tertatanya pabrik tersebut. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Kendala dalam tempat itu tidak terlalu mempengaruhi sebenarnya, hanya saja untuk pengambilan barang bagi para pelanggan itu belum menyediakan. Jadi langsung ke gudang tempat produksi.²⁸

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Ibu Rohmah selaku pembeli Roti Monasqu:

Kalau pas antri gitu sedikit kurang nyaman ya, karena tidak ada tokonya yang khusus untuk pengambilan, kita ngambilnya langsung ke gudang produksinya langsung yang juga tempat untuk produksinya.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa hambatan yang dialami oleh pabrik Roti Monasqu pada tampilan fisik yaitu belum ada toko atau tempat untuk pengambilan barang bagi para konsumennya. Karena pabrik tersebut digunakan untuk produksi sekaligus gudang tempat hasil produksinya.

²⁸ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

b. Faktor Pendukung Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

1) Produk (*Product*)

Produk merupakan bagian yang sangat penting dalam kegiatan usaha. Apabila ada produk yang mengalami hambatan maka harus segera ada penyelesaian untuk masalah tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Karena hambatan kita belum tersedianya mesin yang canggih kita menyiasatinya dengan menambah jumlah karyawan di bagian produksi untu dapat memenuhi target perusahaan. Selain itu untuk membeli mesin yang canggih kan juga membutuhkan modal yang banyak. Maka kami lebih memilih untuk menambah jumlah karyawan produksi dulu.²⁹

Hal senada disampaikan oleh Ibu Rohmah selaku Bagian Produksi Pabrik Roti Monasqu:

Untuk memenuhi permintaan pelanggan pabrik sementara hanya menambah jumlah karyawan saja. Karena mau membeli mesin yang canggih harganya juga lumayan mahal jadi cara menyiasatinya ya Cuma menambah karyawan.³⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa solusi yang diberikan untuk kendala yang ada yaitu dengan menambah jumlah karyawannya. Dengan

²⁹ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

³⁰ Wawancara dengan Ibu Rohmah (Karyawan Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

bertambahnya jumlah karyawan maka kegiatan produksi semakin meningkat sehingga tuntutan konsumen tetap terpenuhi.

2) Harga (*Price*)

Untuk menekan biaya produksi akan tetapi tetap mempertahankan kualitasnya pemilik Pabrik Roti Monasqu mendatangkan bahan baku dari dalam kota. Hal ini sesuai dengan pemaparan Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Kalau pabrik kami menjual produk dengan harga yang murah itu dikarenakan bahan baku yang kami gunakan itu mudah untuk didapatkan dan kami ngambinya hanya di dalam kota. Jadi tidak memakan biaya yang banya untuk bahan dasar pembuatannya roti ini sendiri mbak.³¹

Dari wawancara tersebut dapat dilihat bahwa Pabrik Roti Monasqu dapat memberikan harga yang murah dengan kualitas yang baik. Hal ini dikarenakan Pabrik Roti Monasqu mampu menekan biaya produksi dengan membeli bahan baku dari wilayah Tulungagung sendiri.

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan aspek penting dalam kegiatan perusahaan. Kegiatan pemasaran atau promosi lebih efektif jika dilakukan lewat media sosial. Seperti *facebook*, *instagram*, dan

³¹ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

website. Hal ini sesuai dengan pemaparan Mas Irfan selaku *Sales Freelance* yang bekerja di Pabrik Roti Monasqu:

*sebenarnya di era seperti ini promosi melalui media sosial sangat diperlukan karena semua orang pasti memiliki akun media sosial. Sekarang kan ibu-ibu sudah aktif ya mbak bermain gadget apalagi di facebook. Jadi apabila pabrik roti ini mengoptimalkan media sosial pastinya penjualannya bakalan lebih meningkat lagi.*³²

Hal serupa diungkapkan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik

Pabrik Roti Monasqu:

*Iya mbak disini memang promosinya masih menggunakan sales freelance. Jadi untuk kedepannya kita akan lebih giat promosi dengan menggunakan sosial media. Kan sekarang jamannya sudah era digital jadi apa-apa hanya tinggal cari dihandphone udah bisa dapat informasi banyak.*³³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa Pabrik Roti Monasqu dalam melakukan kegiatan promosi akan lebih memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan jumlah penjualannya.

4) Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen. Dalam hal ini Pabrik Roti Monasqu tidak memiliki kendala dalam hal tempat. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

³² Wawancara dengan Mas Irfan Selaku *Sales Freelance*, Pada Tanggal 1 Oktober 2020.

³³ Wawancara dengan Bapak Sokib Selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu, Pada Tanggal 1 Oktober 2020.

Untuk akses jalan ke sini itu tidak ada masalah ya. Karena pabrik ini dengan pemukiman penduduk jadi apabila ada yang baru pertama kali kesini bisa bertanya ke masyarakat sekitar. Untuk kedepannya kita akan memasang petunjuk arah menuju pabrik yang kita tempatkan di pinggir jalan itu.³⁴

Dari wawancara tersebut dapat dilihat bahwa solusi untuk mengatasi masalah tempat yang kurang strategis yaitu dengan pemasangan plang atau petunjuk arah di pinggir jalan menuju pabrik.

5) Orang (People)

Manusia merupakan faktor utama dalam berjalannya suatu perusahaan. Semakin baik kualitas sumber daya manusia yang ada maka akan semakin baik pula kinerja perusahaan tersebut. Hal ini di paparkan oleh Ibu Narti selaku Bagian Pengemasan pada pabrik Roti Monasqu:

Dulu saya kesini juga belum ada pengalaman mbak. Awalnya saya juga di bagian produksi. Tapi setelah bekerja disini ternyata ada yang ngajarin dulu. Jadi meskipun belum ada keahlian pabrik mau memberikan pelatihan sampai seluruh karyawannya bisa mbak.³⁵

Hal ini juga di utarakan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Kalo untuk masalah karyawan kami memberikan pelatihan khusus ya mbak trainig untuk meningkatkan keahlian para karyawan. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan para karyawan lebih kompeten dan dapat menghasilkan produk

³⁴ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

³⁵ Wawancara dengan Ibu Narti (Karyawan Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

*secara maksimal. Jadi secara otomatis dapat meningkatkan penjualan pada pabrik kami.*³⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa adanya pelatihan untuk meningkatkan kualitas para karyawan menjadi salah satu program yang diberikan Pabrik Roti Monasqu demi keberlangsungan perusahaan.

6) Proses (*Process*)

Proses di sini adalah bagaimana alur perpindahan barang dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Proses penyaluran atau distribusi barang melalui *sales freelance* memiliki hambatan dari cuaca untuk menyiasati hal tersebut sebagian para *sales freelance* diberikan fasilitas menggunakan mobil dari perusahaan. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Mas Candra selaku *Sales Freelance* pada Pabrik Roti Monasqu:

*Iya mbak. Dulu saya sales yang menggunakan motor. Karena area saya sudah sampai Jawa Tengah jadi Pak Sokib memberikan saya fasilitas berupa mobil box. Kalau saya sekarang sudah ngirim barang ke luar kota juga.*³⁷

Hal serupa diutarakan oleh Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Untuk saat kami memaksimalkan sales freelance kita untuk memasarkan produk dengan memberikan fasilitas berupa mobil box. Karena jangkauan pabrik sudah merambah ke luar kota jadi tidak memungkinkan juga kalau hanya memakai motor saja. Belum lagi kalau hujan kan nggak

³⁶ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

³⁷ Wawancara dengan Mas Candra (*Sales Freelance*), Tanggal 1 Oktober 2020.

mungkin kalau hujan-hujan sambil bawa barang. kasihan juga untuk para salesnya.³⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa Pabrik Roti Monasqu memberikan fasilitas berupa mobil perusahaan untuk digunakan oleh para *sales freelance* dalam memasarkan dan mengantarkan produk kepada para pelanggan.

7) Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Tampilan fisik tempat usaha merupakan bagaimana penataan bangunan dari suatu perusahaan. Pabrik Roti Monasqu belum bisa memanfaatkan bangunan yang dimiliki. Hal ini dikarenakan Pabrik Roti Monasqu belum bisa memisahkan antara pabrik untuk tempat produksi dengan gudang penyimpanan produk beserta tempat pengambilan barang bari para pelanggannya. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Bapak Sokib selaku Pemilik Pabrik Roti Monasqu:

Iya mbak permasalahan kita belum ada pembagian area untuk produksi, gudang dan pelayanan pelanggan. Tapi sekarang kami sudah memiliki 2 pabrik yang nantinya akan kami optimalkan pembagian ruang untuk bagian produksi dan juga gudang.³⁹

Dari wawancara di atas dapat diketahui bahwa solusi dari penataan ruang yang belum optimal yaitu dengan pendirian

³⁸ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

³⁹ Wawancara dengan Bapak Sokib (Pemilik Pabrik Roti Monasqu), Tanggal 1 Oktober 2020.

pabrik baru yang diharapkan baik kegiatan produksi maupun kegiatan distribusi barang dapat berjalan lebih tertata dan dapat meningkatkan target penjualan perusahaan.

C. Analisis Data

1. Analisis Tentang Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Dalam upaya meningkatkan penjualan Pabrik Roti Monasqu melakukan berbagai strategi pemasaran untuk mencapai tujuan tersebut. Adanya strategi yang tepat akan memudahkan tujuan perusahaan tercapai. Setelah melakukan observasi di Pabrik Roti Monasqu, strategi yang digunakan terdiri dari:

a. Produk (*Product*)

Selalu berinovasi dalam mengembangkan produk serta menjaga kualitas produknya. Selain itu, inovasi dilakukan oleh Pabrik Roti Monasqu dengan cara mengembangkan varian rasa agar para pelanggan tetap merasa puas dan agar terus membeli produk Roti Monasqu.

b. Harga (*Price*)

Harga yang ditawarkan oleh Pabrik Roti Monasqu adalah Rp 1.000 per bungkus. Hal ini merupakan kelebihan dari Pabrik Roti Monasqu yang mampu menetapkan harga yang murah tetapi

dengan kualitas yang bagus. Harga yang ditetapkan berdasarkan harga pasaran dan bahan baku yang digunakan. Sehingga harganya tidak terlalu murah dan juga tidak terlalu mahal.

c. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang efektif sangat mempengaruhi hasil penjualan. Pabrik Roti Monasqu menggunakan strategi dalam kegiatan promosinya yaitu menggunakan *sales promotion* atau penjualan langsung melalui keikutsertaan beberapa *event*, melalui *sales freelance*, dan media sosial seperti *facebook*. Strategi tersebut dimanfaatkan dalam kegiatan promosi yang tentunya lebih cepat diterima oleh masyarakat. Sehingga target penjualan meningkat dan dapat dicapai.

d. Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Lokasi cukup strategis yaitu terletak di Dusun Gilang RT. 02 RW. 06 Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Tempat yang cukup strategis dan luas memberikan kenyamanan bagi para karyawan untuk memproduksi dan para pelanggan untuk mengambil barang.

e. Orang (*People*)

Pada unsur sumber daya manusia Pabrik Roti Monasqu memberikan pelatihan bagi karyawan baru dalam bagaimana cara membuat adonan kue dengan tujuan untuk meningkatkan keahlian, efektivitas dan efisiensi produksi.

f. Proses (*Process*)

Proses Pabrik Roti Monasqu telah memberikan pelayanan yang baik dengan jasa pengiriman barang melalui *sales freelance* atau *delivery order*. Selain itu, para pelanggan juga bisa langsung mengambil barang dalam jumlah besar dari pabrik.

g. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Pabrik Roti Monasqu memberikan area yang luas bagi para pelanggan untuk mengambil barangnya meskipun belum berjalan secara optimal. Untuk menciptakan kenyamanan para karyawan selalu memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari senyum yang ramah, kerapian, dan kebersihan para karyawan juga menambah nilai positif dari para pelanggan untuk Pabrik Roti Monasqu.

2. Analisis Tentang Faktor Penghambat dan Pendukung Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

a. Faktor Penghambat Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Faktor pendukung penerapan strategi penjualan Pabrik Roti Monasqu dalam meningkatkan omzet penjualan yaitu sebagai berikut:

1) Produk (*Product*)

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dapat dianalisis bahwa kendala yang dihadapi oleh Pabrik Roti Monasqu adalah tidak tersedianya mesin canggih pembuat roti. Sehingga banyak pelanggan yang komplek untuk menerima pesannya. Hal ini dapat menjadikan penjualan sedikit terhambat.

2) Harga (*Price*)

Kendala yang dihadapi oleh Pabrik Roti Monasqu pada saat penetapan harga produk yaitu adanya anggapan dari masyarakat bahwa harga barang yang terlalu murah memiliki kualitas yang rendah, begitupun sebaliknya. Jadi harga memberikan pengaruh terhadap pemikiran konsumen dalam pembelian produk Roti Monasqu.

3) Promosi (*Promotion*)

Hambatan yang di hadapi oleh Pabrik Roti Monasqu yaitu belum memanfaatkan perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya. belum adanya pengelola di bagian promosi secara profesional juga menjadi hambatan bagi Pabrik Roti Monasqu untuk memasarkan produknya di media sosial.

4) Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Pada unsur tempat Pabrik Roti Monasqu tidak merasa lokasi yang kurang strategis menjadi penghambat dalam proses penjualannya. Hal ini dikarenakan lokasi pabrik yang tidak berada tepat di pinggir jalan raya memberikan kesulitan untuk para pelanggan baru dalam menemukan lokasi pabrik tersebut. Akan tetapi, akses jalan menuju pabrik sudah sangat mendukung kelancaran proses penjualan produk.

5) Orang (*People*)

Perekrutan yang dilakukan oleh pabrik Roti Monasqu belum ada kriteria perekrutan khusus. Seluruh karyawan yang ada di pabrik itu semua berasal dari masyarakat sekitar yang tidak semua memiliki keahlian khusus di bidangnya.

6) Proses (*Process*)

Salah satu hambatan dalam proses penyaluran produk yaitu adanya cuaca yang tidak menentu. Seperti saat hujan *sales freelance* kesulitan untuk menyalurkan produk, karena ada beberapa toko yang tutup saat hujan. Selain itu, cuaca juga mempengaruhi hasil produksi, saat cuaca panas roti cenderung lebih kering sedangkan pada saat musim hujan roti akan lebih enak karena lembab.

7) Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Hambatan yang dialami oleh Pabrik Roti Monasqu pada tampilan fisik yaitu belum ada toko atau tempat untuk pengambilan barang bagi para konsumennya. Karena pabrik tersebut digunakan untuk produksi sekaligus gudang tempat hasil produksinya.

b. Faktor Pendukung Penerapan Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pabrik Roti Monasqu Desa Gilang Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Faktor pendukung penerapan strategi penjualan Pabrik Roti Monasqu dalam meningkatkan omzet penjualan yaitu sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Solusi yang diberikan untuk kendala yang ada yaitu dengan menambah jumlah karyawannya. Dengan bertambahnya jumlah karyawan maka kegiatan produksi semakin meningkat sehingga tuntutan konsumen tetap terpenuhi.

2. Harga (*Price*)

Pabrik Roti Monasqu dapat memberikan harga yang murah dengan kualitas yang baik. Hal ini dikarenakan Pabrik Roti Monasqu mampu menekan biaya produksi dengan membeli bahan baku dari wilayah Tulungagung sendiri.

3. Promosi (*Promotion*)

Pabrik Roti Monasqu dalam melakukan kegiatan promosi akan lebih memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan jumlah penjualannya. Kegiatan pemasaran atau promosi lebih efektif jika dilakukan lewat media sosial. Seperti *facebook, instagram, dan website*.

4. Tempat atau Saluran Distribusi (*Place*)

Solusi untuk mengatasi masalah tempat yang kurang strategis yaitu dengan pemasangan plang atau petunjuk arah di pinggir jalan menuju pabrik. Selain itu, lokasi pabrik yang dekat dengan pemukiman memudahkan para pelanggan baru untuk bertanya kepada masyarakat yang tinggal di sekitar Pabrik Roti Monasqu.

5. Orang (*People*)

pelatihan untuk meningkatkan kualitas para karyawan menjadi salah satu program yang diberikan Pabrik Roti Monasqu demi keberlangsungan perusahaan.

6. Proses (*Process*)

Pabrik Roti Monasqu memberikan fasilitas berupa mobil perusahaan untuk digunakan oleh para *sales freelance* dalam memasarkan dan mengantarkan produk kepada para pelanggan.

7. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)

Solusi dari penataan ruang yang belum optimal yaitu dengan pendirian pabrik baru yang diharapkan baik kegiatan

produksi maupun kegiatan distribusi barang dapat berjalan lebih tertata dan dapat meningkatkan target penjualan perusahaan.