

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil dan Sejarah Singkat Usaha Safa Bakery Pasuruhan

a. Profil Usaha Safa Bakery Pasuruhan

Nama Usaha : Safa Bakery
 Bidang usaha : Produsen roti
 Jenis Produk : Produksi berbagai olahan roti
 Alamat Usaha : Desa Pasuruhan RT. 05/ RW.02
 Kec. Kayen
 Nama Pemilik : Bapak Kholiq dan Ibu Khamnah
 No Hp. : 085226272844
 Tahun Berdiri : 2014
 Jumlah Karyawan : 10 Orang

b. Sejarah Singkat Usaha Safa Bakery Pasuruhan

Usaha Safa Bakery Pasuruhan Mulanya berdiri sejak tahun 2014 yang awalnya pemilik usaha ini hanya mencoba membuat jajanan untuk acara hajatan keluarganya, karena disekeliling rumahnya belum ada yang membuat jajanan seperti itu. Setelah dicicipi ternyata rasanya enak dan nikmat lalu membuatnya lagi untuk tetangganya, perlahan tetangganya mulai pada suka dan minta untuk dibuatkan berupa jajanan yang biasanya dipesan ketika ada acara rapat atau untuk acara hajatan di rumah dalam jumlah sedikit maupun jumlah sedang. Setelah itu sang pemilik usaha menambah produknya yaitu roti goreng, roti isi pisang coklat, dan roti isi kacang. Untuk roti goreng ini berisi coklat di dalamnya dan dikasih baluran tepung roti lalu digoreng. Roti-roti tersebut dibuat dalam bentuk kecil biar mudah didistribusikan ke toko sembako, warung terdekat ataupun pasar tradisional di daerah kayen dan sekitarnya.¹

¹ Hamnah, wawancara oleh penulis, 17 Februari 2020, wawancara 1, transkrip.

Tidak hanya itu saja usaha ini terus mengikuti zaman dengan membuat roti yang sedang digandrungi oleh masarakat sekitar, karena sekarang sudah pada beralih ke roti saat ada acara hajatan dirumah, dengan memproduksi roti untuk acara hajatan akan semakin banyak peminatnya dan banyak pula produksinya. Semakin banyak peminatnya semakin banyak yang mengenal Safa Bakery dan pesanan mulai banyak berdatangan sampai kewalahan dalam proses produksinya. Sehingga pada saat pesanan mulai banyak pemilik usaha mulai merekrutmen karyawan baru dari saudara sepupunya sampai ke tetangganya yang siap kerja dengan tekun.²

Usaha roti ini tidaklah selalu berjalan dengan mulus, akan tetapi ada kalanya pasang surut saat berwirausaha. Tetapi tidak menyurutkan semangat pemilik usaha ini untuk tetap mengembangkan usahanya, dia selalu belajar dan terus mencari ide baru roti yang sedang disenangi oleh masyarakat agar usahanya selalu berjalan dan berkembang. Mulai dari menambah produk, varian rasa, karyawan, serta menambah jangkauan lagi dengan menambah pemasaran agar produknya dikenal tidak hanya daerah Kayen saja akan tetapi sampai luar Kayen.³

Usaha Safa Bakery ini berkembang sangat pesat, dapat dilihat semakin hari semakin banyak produk yang dihasilkan dan banyak yang sudah dipasarkan. Pendistribusian produk roti Safa Jaya yang dijual ke toko-toko sebanyak 50 toko. Mulai dari toko yang berada di Kecamatan Kayen, Sukolilo dan Kecamatan Tambakromo. Sekarang masyarakat sudah beralih sudah zamannya beralih ke media sosial dalam promosinya, maka dari itu pemilik usaha mulai menambah ke pemasaran lewat media *online*, karena jangkauan lebih banyak dan lebih luas dan hasilnya

² Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip.

³ Hamnah, wawancara oleh penulis, 17 Februari 2020, wawancara 1, transkrip.

tidak hanya Daerah kayen saja yang memesan produk Safa Jaya akan tetapi sudah mulai ke beberapa daerah Sekitar Pati utara Meliputi beberapa Kecamatan yaitu Kecamatan Margorejo, Gembong, Wedarijaksa, Juwana, Trangkil, Tayu, dan sekitarnya yang mulai memesan produk Safa Bakery. Semakin banyak yang tahu produk Roti Safa Jaya semakin banyak yang membeli karena konsumen tidak memandang harganya tetapi rasa dan kualitas dari roti tersebut.⁴

Hasil dari wawancara dengan Ibu Khamnah pemilik usaha Roti Safa Jaya mengungkapkan latar belakang dirinya menekuni usaha roti hingga saat ini. Beliau pernah bekerja di Arab Saudi, kemudian setelah menikah beliau berinisiatif untuk membuat usaha kecil-kecilan di rumah membuat roti untuk beliau sendiri dan keluarganya, lama kelamaan seiring berjalannya waktu usaha ini menunjukkan peningkatan yang sayat signifikan, hingga akhirnya mulai berkembang usaha ini dengan meningkatnya produksi dan pemasarannya.

Pada penelitian ini yang dilakukan di desa Pasuruhan Kayen, Pati Jawa Tengah. Pada usaha ini memproduksi aneka macam roti yang ditawarkan kepada konsumen yang menginginkannya, antara lain : roti untuk hantaran, lamaran, roti snack, kue ulang tahun, makanan ringan maupun roti yang menyesuaikan keinginan konsumen. Pada usaha ini menggunakan sistem pesen dulu baru dibuatkan, karena kadang konsumen mempunyai bentuk atau keinginan yang berbeda dengan konsumen lain, jadi untuk bentuk atau keinginan beda dari kebutuhan konsumen lain.

2. Struktur Organisasi UMKM Roti Safa Jaya

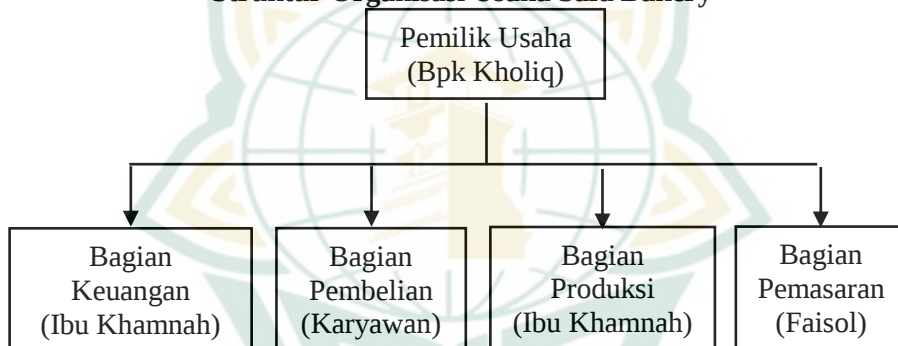
Struktur organisasi dalam perusahaan memiliki tujuan yaitu agar pekerjaan dalam perusahaan tersebut bisa disampaikan kepada semua karyawan yang bekerja dan

⁴ Hamnah, wawancara oleh penulis, 17 Februari 2020, wawancara 1, transkrip.

pekerjaan dapat selesai dengan waktu yang sudah ditetapkan. Struktur organisasi dalam suatu perusahaan berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta faktor yang mempengaruhinya.

Struktur organisasi yang ada di usaha Safa Bakery merupakan struktur organisasi garis yaitu organisasi yang melimpahkan wewenang dalam organisasi berlangsung secara vertikal mulai dari pemilik usaha sampai karyawan dibawahnya. Berikut struktur organisasi pada usaha Safa Bakery sebagai berikut :

Gambar
Struktur Organisasi Usaha Safa Bakery



Sumber : Usaha Safa Bakery Pasuruhan

Adapun tugas, tanggung jawab dan wewenang masing-masing bagian pada usaha Safa Bakery adalah sebagai berikut :

a. Pemilik Usaha

Bertanggung jawab penuh atas perencanaan, pengkoordinasian, pengarahan dan pengawasan, serta meningkatkan mutu dalam produk. Selain itu tugas dari pemilik sebagai berikut :

- 1) Memimpin dan mengendalikan jalannya kegiatan usaha.
- 2) Menyusun dan merencanakan program kerja yang akan dijalankan perusahaan.
- 3) Mengawasi dan membina semua karyawan.
- 4) Mengelola semua kekayaan yang dihasilkan dalam kegiatan usaha.

- b. Bagian Keuangan
 - 1) Mengendalikan semua kegiatan di bidang keuangan.
 - 2) Mencatat uang masuk dan uang keluar.
 - 3) Melakukan pembukuan dan menyusun laporan keuangan dalam satu periode.
 - 4) Mencatat setiap transaksi dan tugas administrasi lainnya..
- c. Bagian Pembelian
 - 1) Melakukan tanggung jawab atas pembelian bahan yang akan digunakan untuk produksi.
 - 2) Mengelola Pemasukan, kualitas, serta harga barang yang akan dijual.
 - 3) Melakukan pembelian bahan-bahan agar proses produksi berjalan sesuai rencana dan pembelian bahan-bahan dan peralatan pada tingkat dimana perusahaan mampu bersaing dalam memasarkan produknya.
 - 4) Memelihara bahan dan peralatan yang sudah dibeli dan bertanggung jawab atas pengawasan persediaan bahan.
- d. Bagian Produksi
 - 1) Bertanggung jawab dan mengawasi jalannya kegiatan produksi.
 - 2) Menjaga kuantitas dan kualitas barang yang diproduksi.
 - 3) Melakukan laporan dan setiap kegiatan produksi yang dijalankan.
 - 4) Melakukan analisis dan mengevaluasi dalam kprogram produksi.
- e. Bagian Pemasaran
 - 1) Menetapkan *segmentasi, targeting, dan positioning* bagi produk yang dihasilkan dalam usaha ini agar sesuai dengan strategi yang sudah ditetapkan.
 - 2) Melakukan analisis dan evaluasi dalam program pemasaran.
 - 3) Merumuskan dan menciptakan promosi produk sebaik mungkin.

- 4) Menyiapkan laporan penjualan dalam suatu periode yang sudah ditentukan.

3. Visi, Misi dan Tujuan UMKM Safa Bakery

a. Visi

Menyediakan produk roti dengan berbagai rasa dan bentuk yang terbaik untuk pelanggannya. Dengan memberikan jaminan kualitas tinggi dan rasa yang lezat serta memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan.

b. Misi

- 1) Menjadikan Safa Bakery menjadi toko roti pilihan utama para masyarakat sebagai toko roti yang menyediakan produk roti yang paling disukai oleh masyarakat dalam taraf nasional.
- 2) Memproduksi roti dengan kualitas yang tinggi agar konsumen merasa puas setelah membeli produk tersebut.
- 3) Untuk memberikan roti yang yang sehat dan lezat.

c. Tujuan

- 1) Membuka banyak lapangan pekerjaan
- 2) Memproduksi produk bakery setiap hari tanpa menggunakan bahan pengawet.
- 3) Memenuhi produk bakery untuk fungsi kesehatan tertentu (bakery sebagai pangan fungsional).⁵

4. Letak Geografis Usaha Safa Bakery Pasuruhan Kayen

Secara Administrasi Usaha Safa Bakery berada di Desa Pasuruhan RT.05 RW.02 merupakan bagian dari Wilayah Kayen Kabupaten Pati, dan merupakan bagian dari wilayah Provinsi Jawa Tengah. Usaha Safa Bakery terletak sekitar 19 km dari Alun-Alun Kota Pati. Karena tempatnya di Desa Pasuruhan Jadi lokasinya tidak jauh dari pusat Kecamatan Kayen, bisa dijangkau 20 menit kalau dari Alun-Alun Kayen.

⁵ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

Secara umum, kondisi topologi desa Pasuruhan adalah Datar. Secara geografis Desa Pasuruhan merupakan Desa yang maju dan ramai, karena daerah Pasuruhan dilingkupi dengan masyarakat beragama islam dan banyak Pondok Pesantren yang berdiri di Desa ini.

Jarak tempuh Usaha Safa Bakery kalau dari Alun-Alun Kayen jika ditempuh menggunakan kendaraan roda 4 maupun beroda 2 yaitu ke arah Selatan lalu ada jembatan sompok ke kanan, lurus terus sampai ada papan nama Desa Pasuruhan bisa ke kanan lurus terus sampai ketemu perempatan belok kiri, sampai ketemu papan nama Desa Pasuruhan lalu ketemu gang 4 belok kiri dan anda sudah sampai.⁶

5. Ruang Lingkup Usaha Safa Bakery

Produk yang akan dibahas dalam deretan produk yang diproduksi pada bauran dari usaha Safa Bakery adalah sebagai berikut:⁷

1) Konsep dasar produk

Inti produk : manfaat yang diberikan pada Usaha Safa Bakery adalah makanan yang mengandung gizi serta protein yang baik untuk tubuh, bisa sebagai pengganti nasi.

Wujud Produk : pada Usaha Safa Bakery memiliki klasifikasi yaitu menjaga mutu dan rasanya yang khas dibanding dengan produk lain .

2) Klasifikasi Produk

Produk Safa Bakery bisa bertahan lama dari bahan-bahan yang akan diproduksi produksi. Tanpa bahan pengawet, sehingga tidak merubah rasa dari aslinya. Bahan dasar dari roti adalah tepung terigu, air, ragi, mentega, gula dan garam.

3) Strategi Desain produk

Strategi dari desain produk Safa Bakery menyesuaikan dengan produk yang diproduksi, kadang

⁶ Hasil Observasi Lokasi Kecamatan Kayen Kabupaten Pati, tanggal 07 Februari 2020.

⁷ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

ada desain yang bentuk kecil dan ada yang besar. Tergantung selera yang banyak dipesan oleh pelanggan.

4) Kemasan Produk

Usaha Safa Bakery produknya dikemas dengan kemasan yang rapi dan bagus, agar menarik kepada pelanggan dan selanjutnya konsumen akan membelinya. Untuk roti hantaran dibungkus dengan kemasan rapi dan dihiasi oleh pita agar terlihat lebih menarik.

5) Produk-produk Safa Bakery

Terdapat beberapa roti yang diproduksi Safa Bakery yaitu : roti goreng isi coklat, jajanan untuk snack, roti untuk hajatan, bolu, kue tart, bolu kukus, roti isi pisang, roti isi coklat dll.

6. Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk pada Safa Bakery

a. Strategi Pemasaran

Pada usaha Safa Bakery pemasaran yang digunakan untuk mendistribusikan beberapa produk roti dengan melalui sistem offline maupun online, karena produk Safa Bakery sudah mulai dikenal oleh masyarakat Pati dan sekitarnya, sehingga konsumen tidak asing lagi tentang produk Safa Bakery ditelinga mereka. Akan tetapi dengan memperkenalkan produk yang baru diproduksi Safa Bakery menggunakan pemasaran dengan cara online, dengan mempromosikan produknya melalui media sosial agar jangkauannya lebih luas dan banyak orang yang tahu produk tersebut. Selain itu pelanggan akan selalu lebih update mengetahui produk Safa Bakery yang baru sehingga akan membelinya lagi untuk dijual maupun dikonsumsi sendiri.

Safa Bakery sudah mulai dikenal masyarakat luas sehingga pemasaran lebih mudah, penjualannya lebih meningkat mulai dari reseller toko yang ada di Kayen dan sekitarnya sampai kepada pembeli yang akan dijadikan untuk acara hajatan. Setiap harinya pasti ada pesanan dari pelanggan untuk acara hajatan

dirumah sehingga tidak pernah sepi dari orderan. Selain itu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Safa Bakery yaitu target pasar dan distribusi produk. Untuk penargetan pasar ditargetkan kepada seluruh lapisan masyarakat Pati dan sekitarnya dan untuk siapapun mulai dari anak-anak sampai orang tua.⁸

b. Kualitas Produk Safa Bakery

Kualitas dalam suatu produk merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan, karena jika produk yang berkualitas akan menambah nilai lebih bagi produk tersebut, begitupun dengan Safa Bakery yang selalu memperhatikan kualitas produk yang akan diproduksi dan dijual kepada pelanggan, dengan produk yang berkualitas konsumen akan lebih puas dengan produk yang membelinya, setelah puas maka akan membelinya lagi tanpa ada rasa khawatir barang tidak baik.⁹

Produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut mempunyai dimensi dan bentuk sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen yang akan mencarinya, selain itu produk tersebut harus memiliki gambar atau memiliki tampilan semenarik mungkin agar konsumen tertarik dengan produk tersebut. Pada Safa Bakery si pemilik usaha selalu memperhatikan produk-produknya agar selalu dalam kondisi baik sampai ke tangan pelanggan. Saat proses pembuatan roti, kue dan bolu Ibu Hamnah yang selalu membuat adonannya agar produk tersebut matang sesuai yang diinginkan, pernah diserahkan kepada karyawan untuk membuat adonannya akan tetapi tidak jadi atau matangnya tidak sesuai yang inginkan. Oleh karena itu proses pembuatan adonan tetap dilakukan oleh Ibu Hamnah sebagai pemilik usaha Safa Bakery agar rasa,

⁸ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip

⁹ Lilis Sa'adah, wawancara oleh penulis, 18 september 2020, transkrip.

kualitas dan tampilan tetap terjaga dan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.¹⁰

B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk untuk meningkatkan Laba Studi Kasus UMKM Safa Bakery Pasuruhan” yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pemasaran yang dilakukan Safa Bakery dalam menciptakan produk yang berkualitas dengan jaminan mutu tinggi sehingga saat konsumen merasa puas maka akan menghasilkan laba yang sesuai dengan apa yang sudah diinginkan oleh pemilik usaha. Seperti yang ditulis dalam rumusan masalah, peneliti akan membahas tentang bagaimana strategi yang dilakukan pemasaran dan kualitas produk dalam upaya untuk meningkatkan laba, apa saja faktor pendukung dan penghambat yang terdapat dalam strategi pemasaran dan kualitas produk dalam upaya meningkatkan laba, bagaimana solusi yang digunakan untuk meningkatkan laba pada UMKM Roti Safa Jaya Pasuruhan.

1. Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Laba pada Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati

a. Pelaksanaan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba pada Safa Bakery

Pada dasarnya strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu pada bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan agar pemasaran bisa berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan dalam suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian kegiatan dan tujuan, kebijakan dan aturan yang memberi arahan kepada usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada alokasi waktu tertentu dan sebagai tanggapan untuk menghadapi perubahan lingkungan dan persaingan pasar. Selain itu strategi pemasaran yang sudah ditetapkan/dijalankan, harus tetap dinilai

¹⁰ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

kembali, apakah masih sama dengan keadaan saat ini atau tidak.¹¹

Strategi pemasaran yang digunakan pada usaha Safa Bakery untuk meningkatkan laba dengan menerapkan segmentasi, *targetting*, *positioning* agar pemasaran yang dilakukan sesuai dengan pasar yang akan dituju. Untuk lebih jelasnya akan dijelaskan sebagai berikut :

1) Segmentasi Pasar

Pada strategi pertama kali yang dilakukan yaitu pemilihan segmen pasar, segmen pasar bisa diartikan sebagai pengelompokan pasar secara keseluruhan karena pasar memiliki banyak tipe kebutuhan produk, keinginan, perilaku, dan karakteristik yang berbeda. Dengan mengelompokkan pasar yang berbeda perlu adanya pengidentifikasian dan pemanfaatan peluang yang ada di pasar, beberapa peran segmen pasar diantaranya : pemasar akan lebih fokus, pemasar mendapatkan pandangan mengenai peta kompetisi dan sisi pasar, serta pemasar menyiapkan tahap berikutnya dan pemasar bisa memandang pasar dari sudut manapun dengan cara yang berbeda.¹²

Segmen pasar perlu juga dilakukan dalam sebuah perusahaan karena segmen pasar begitu penting untuk meningkatkan pemasaran dalam suatu perusahaan agar lebih maju dan berkembang. segmentasi yang dilakukan oleh usaha Safa Bakery yang awalnya hanya sekitar lingkup desa saja seperti penjelasan ibu Hamnah:

“Segmen pasar yang kita tuju pertama masyarakat Desa Pasuruhan saja tanpa pandang usia. Karna dilihat dari produksi masih kecil-kecilan dan sedikit, akan tetapi

¹¹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), 154.

¹² Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran* (Bandung: Alfabeta, 2017), 119.

dengan kerja keras dan usaha alhamdulillah seiring berjalannya waktu, kini segmen pasar kami tambah meluas bukan di Desa Pasuruhan saja, akan tetapi meluas dan menyebar ke Purwodadi, Kudus, Jepara dan sekitarnya.”

Pengelompokkan pasar dilakukan dengan cara konsumen dikelompokkan dan dilayani dengan berbagai cara yang berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis, dan perilaku konsumen.¹³ Antara lain yaitu :

a) Faktor geografis

Pada faktor ini pengelompokan pasar berdasarkan lokasi yang akan mempengaruhi biaya dalam operasional serta jumlah permintaan pasar yang berbeda. Pemilik usaha melakukan segmentasi pemasaran dengan faktor ini pada penjualan produk Safa Bakery dengan mengelompokkan konsumen disekitar desa pasuruhan saja, akan tetapi lama kelamaan akan terus meningkat konsumennya sampai luar pati, seperti kudus, Purwodadi, Rembang dan sekitarnya.¹⁴

b) Faktor demografis

Dalam segmentasi demografis usaha Safa Bakery membagi pasar berdasarkan beberapa kelompok untuk menentukan pasar yang sesuai yaitu dengan menjual roti yang bisa dikonsumsi oleh semua kalangan usia, mulai dari anak-anak sampai dengan orang tua, karena roti Safa Bakery memproduksi berbagai macam rasa yang disukai oleh semua kalangan. Selain itu memproduksi roti dengan harga yang terjangkau sehingga bisa dibeli

¹³ Hamnah, wawancara oleh penulis, 17 Februari 2020, wawancara 1, transkrip.

¹⁴ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

oleh semua orang berdasarkan pendapatan yang diterima orang tersebut.¹⁵

c) Faktor psikografis

Segmentasi psikografis yang dilakukan oleh usaha Safa Bakery dengan cara pengelompokkan konsumen yang akan membeli roti Safa Bakery sesuai dengan keinginan konsumen tersebut atau memproduksi roti dengan cara menyesuaikan pesanan konsumen dengan bentuk dan rasa yang dipilih oleh konsumen berdasarkan gaya hidup atau kepribadiannya.¹⁶

d) Perilaku konsumen

Segmentasi dalam perilaku konsumen disini usaha Safa Bakery dengan melakukan pengelompokkan pasar sesuai dengan respon pada calon pembeli terhadap produk yang dimiliki oleh usaha Safa Bakery sehingga lebih mudah dalam pemasarannya.¹⁷

2) *Targetting* Pasar

Dalam penentuan target pasar usaha Safa Bakery awalnya membuat target pemasaran pada lingkup Desa Pasuruhan dan sekitarnya, akan tetapi lama kelamaan sudah banyak yang mengetahui produk ini sampai jangkauan Kabupaten Pati. Dengan cara mengevaluasi dan memilih pasar yang akan dituju, akan tetapi hingga saat ini sudah mulai banyak yang mengenal produk Safa Bakery sehingga target pasar dengan jangkauan yang lebih luas dan banyak.¹⁸

¹⁵ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip.

¹⁶ Lilis Sa'adah, wawancara oleh penulis, 18 september 2020, transkrip.

¹⁷ Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2019), 296-297.

¹⁸ Hammah, wawancara oleh penulis, 7 September 2020, wawancara 2, transkrip.

3) *Positioning* Pasar

Segmentasi pasar yang dilakukan oleh pemilik usaha roti Safa Bakery selanjutnya yaitu penentuan posisi produk dalam pangsa pasar, agar produk Safa Bakery bisa melekat pada pikiran konsumen kalau produk Safa Bakery roti yang memiliki kualitas bagus dengan biaya yang terjangkau. Oleh sebab itu strategi yang digunakan yaitu dengan cara memberikan testimoni terlebih dahulu kepada calon konsumen sebelum membeli produk, mulai dari testimoni para konsumen maupun testimoni dari pelanggan yang sudah banyak memesan produk Safa Bakery.¹⁹

Pelaksanaan dalam strategi pemasaran pada usaha Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan pada produk agar lebih meningkat dan laba yang dihasilkan akan bertambah sesuai dengan target yang diinginkan, dengan cara menerapkan beberapa strategi pemasaran. Dengan selalu memperhatikan pesaing yang memiliki produk sama yang semakin hari semakin banyak, untuk itu usaha Safa Bakery akan terus mengembangkan usahanya agar tidak kalah dengan pesaingnya, maka strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha Safa Bakery pasuruhan kayen pati dalam meningkatkan laba adalah penjualan produk yang harus ditingkatkan, karena dengan penjualan produk yang semakin meningkat maka laba yang diperoleh akan semakin banyak.²⁰

Selain itu pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan secara syari'at islam juga sudah diterapkan pada usaha ini dengan cara meniatkan segala aktivitas pada saat menjalankan usaha ini yaitu atas izin Allah Swt. Agar memudahkan segala

¹⁹ Hamnah, wawancara oleh penulis, 7 September 2020, wawancara 2, transkrip.

²⁰ Lilis Sa'adah, wawancara oleh penulis, 18 september 2020, transkrip.

urusan dan dilancarkan semua kegiatannya. Pelaksanaan pemasaran yang dilakukan dengan semata-mata karena Allah maka akan memberikan timbal balik yang baik terhadap kita.²¹

b. Pelaksanaan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Laba pada Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati

Usaha Safa Bakery yang semakin hari semakin banyak pesaingnya membuat usaha ini akan terus melakukan pengembangan produk, agar tidak ketinggalan dengan produk yang sedang diminati oleh konsumen, karena pesaing dengan produk yang sama hingga saat ini sudah mulai banyak bermunculan sehingga dituntut untuk menciptakan produk yang mempunyai kualitas tinggi sesuai dengan peraturan dalam perusahaan dan sesuai yang diinginkan oleh konsumen. Begitu juga dengan usaha Safa Bakery akan tetap menjaga kualitas produk yang akan dijual kepada konsumen agar meningkatkan laba yang meliputi beberapa tahapan.²² dari sebagai berikut:

1) Kepuasan pelanggan

Pada usaha Safa Bakery selalu mengutamakan kualitas pada produk yang akan dijualnya, kualitas produk pada usaha ini ditentukan oleh pelanggan yang akan membelinya. Dengan tetap menjaga kualitas produk maka pelanggan akan merasa puas terhadap produk yang sudah dibelinya. Semakin tinggi nilai yang diberikan produk Safa Bakery maka semakin besar pula kepuasan yang dirasakan pada pelanggan. Dalam usaha untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh usaha Safa Bakery untuk tetap

²¹ Hamnah, wawancara oleh penulis, 7 September 2020, wawancara 2, transkrip.

²² Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

menjaga kualitas dari segi rasa, bentuk, tampilan maupun kemasan produknya.²³

2) Respek terhadap setiap orang

Kualitas tidak hanya berupa produk yang dihasilkan, akan tetapi kualitas disini bisa berupa pada pelayanan pada konsumen maupun pelanggan. Selain itu pada usaha Safa Bakery selalu memberikan pelayanan pada pelanggan dengan baik, dilihat dari sikap yang ramah dan sopan kepada konsumen yang akan membeli. Pada usaha ini juga tidak membedakan antara pemilik usaha dan karyawan, dimata mereka itu sama asal tetap menjaga kesopanan antara atasan, karyawan dan konsumen.²⁴

3) Perbaikan secara berkesinambungan

Kualitas merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan baik itu dibidang produk maupun jasa. Pada usaha Safa Bakery selalu memberikan kualitas yang baik pada produk yang dihasilkan dengan cara selalu melakukan perbaikan secara berkesinambungan agar produk tersebut selalu menjadi pilihan konsumen. Saat ini sudah dilakukan perbaikan secara terus menerus dapat mendapatkan pelanggan yang baru sehingga laba yang dihasilkan lebih banyak dan sesuai target yang diinginkan.²⁵

Pelaksanaan dalam kualitas produk untuk meningkatkan laba pada usaha Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati yang memiliki tujuan agar produk yang dihasilkan baik dan sesuai dengan keinginan konsumen, setelah itu konsumen akan merasa puas membeli produk dari Safa Bakery. Ketika konsumen banyak yang puas

²³ Eva Elvionita, wawancara oleh penulis, 18 September 2020, transkrip 1.

²⁴ Ilmi Rahayu, wawancara oleh penulis, 19 September 2020

²⁵ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

dengan produk Safa Bakery maka penjualan akan bertambah dan laba yang dihasilkan akan meningkat.²⁶

2. Kendala dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk dalam meningkatkan Laba pada UMKM Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati

a. Kendala pada Pelaksanaan Strategi Pemasaran

- 1) Pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan sistem secara manual yaitu lewat mulut ke mulut akan lebih lama proses pemasarannya dan jangkauan yang didapatkan hanya sekitar lingkup desa maupun kecamatan saja, sehingga penjualannya belum bisa maksimal dengan target yang ditetapkan.
- 2) Pelayanan kepada konsumen belum maksimal, dilihat dari belum ada kasir yang menangani pembeli saat mau memesan produk Safa Bakery, oleh sebab itu kadang merasa kerepotan bila pekerjaan sedang banyak.²⁷
- 3) Lokasi yang belum strategis masih bertempat di desa sehingga untuk konsumen baru belum bisa menjangkaunya, sehingga banyak konsumen yang masih baru merasa bingung untuk sekedar mengunjungi tempat produksi maupun memesan produk di usaha Safa Bakery.²⁸

b. Kendala pada Pelaksanaan Kualitas Produk

- 1) Mesin atau alat yang digunakan sebagai produksi kurang, sehingga mengakibatkan proses produksi yang dilakukan menjadi lambat, selain itu produk yang dihasilkan tidak akan selesai dalam waktu yang ditentukan.
- 2) Tempat yang digunakan untuk proses produksi sempit sehingga produksi roti akan terganggu bila

²⁶ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

²⁷ Ilmy Rahayu, wawancara oleh penulis, 17 september 2020, transkrip 1.

²⁸ Eva Elvionita, wawancara oleh penulis, 18 September 2020, transkrip 1.

mana ada pesanan yang banyak dan membutuhkan tempat yang luas.²⁹

- 3) Ada beberapa karyawan yang sering lupa saat produksi, bisa mengakibatkan hasil produk yang tidak sesuai dengan keinginan, oleh sebab itu mengulang proses produksi lagi agar produk yang dihasilkan sesuai yang diinginkan.
- 4) Karyawan yang selalu berganti-ganti mengakibatkan proses produksi jadi terhambat, karena kalau ada karyawan baru harus ada latihan dulu sebelum bekerja.³⁰

3. Solusi Permasalahan dari Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Laba Pada Usaha Safa Bakery

a. Solusi pada strategi pemasaran

Setelah melakukan penelitian dan menemukan beberapa kendala, berikut adalah solusi yang digunakan dalam pelaksanaan strategi pemasaran untuk meningkatkan laba pada usaha Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati antara lain:

- 1) Pemasaran yang dilakukan harus beralih memanfaatkan teknologi dengan mulai menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk baru, maka usaha Safa Bakery akan lebih dikenal banyak orang dengan lingkup yang cukup luas. Sehingga penjualan produk-produk Safa Bakery akan lebih meningkat.
- 2) Pemasaran dengan menerapkan sistem membuka reseller dan dropshipper bagi yang minat untuk bergabung menjadi reseller Safa bakery, maka pemasaran akan lebih luas dan lebih bertambah

²⁹ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

³⁰ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip.

penjualannya dan lebih dikenal oleh banyak konsumen.³¹

- 3) Lokasi yang kurang strategis karna jauh dari kota, diharapkan pemilik usaha membuat toko yang dekat jalan raya agar masyarakat yang belum mengetahui produk Safa Bakery dapat menjangkau karena lokasi sudah dekat jalan raya. selain itu calon pembeli yang sekedar melewati jalan akan tertarik jika memang dia ingin membeli produk roti.

b. Solusi pada kualitas produk

- 1) Menambah mesin atau alat lagi yang digunakan dalam proses produksi, agar proses produksi bisa lebih cepat dan bisa selesai dalam waktu yang ditentukan, sesuai dengan keinginan konsumen. Apabila produk yng dihasilkan selesai sesuai permintaan konsumen maka konsumen akan mrasa puas setelah membeli produk tersebut.
- 2) Merenovasi tempat bagian produksi agar bisa diperbesar lagi yang nantinya proses produksi tidak terhambat saat menerima orderan yang banyak, dan proses produksi bisa lebih maksimal.³²
- 3) Ketika ada karyawan saat bekerja pada bagian produksi melakukan kelalaian sehingga dia lupa saat mengatur waktu dalam pengovenan maupun pengadukan adonan, maka yang dihasilkan produk tersebut gagal dan bisa jadi gosong, maka yang dilakukan karyawan ditegur dan diusahakan tidak mengulangi lagi.
- 4) Karyawan yang tidak tetap dan selalu berganti ganti, mengakibatkan proses produksi lambat karna harus ada latihan lagi. Untuk itu yang dilakukan yaitu merekrut karyawan yang tetap agar bisa bekerja dibagian yang sama tnpa danya

³¹ Eva Elvionita, wawancara oleh penulis, 18 September 2020, transkrip 1.

³²Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

latihan kembali, karna mereka sudah pahan dengan pekerjaannya.³³

C. Analisis Data Penelitian

Setelah melakukan penelitian tentang strategi pemasaran dan kualitas produk untuk meningkatkan laba pada UMKM Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati dilakukan melalui pengumpulan data dari wawancara, observasi, dokumentasi, dan akhirnya peneliti memperoleh data yang akan dianalisis sebagai berikut :

1. Analisis Data Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Laba pada UMKM Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati

a. Pelaksanaan strategi pemasaran

Secara umum, pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam perpaduan segala aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen di pasar agar bisa memenuhinya dengan cara penciptaan, penawaran serta pertukaran produk ataupun jasa yang mempunyai nilai dan pengembangan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan pada konsumen dapat terpuaskan dengan pemasaran yang dilakukan serta mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.

Pada usaha Safa Bakery pemasaran yang dilakukan saat ini tidak berjalan mulus, banyak pula pesaing yang mempunyai usaha, akan tetapi dengan adanya hal tersebut tidak membuat usaha ini pantang menyerah. Oleh sebab itu yang dilakukan saat ini yaitu membuat inovasi pada produk yang bagus dari toko yang lainnya, agar konsumen lebih tertarik membeli produk pada Safa Bakery. Dalam waktu 6 tahun belakangan ini pemasaran yang dilakukan pada usaha Safa Bakery tidaklah stabil karena ada suatu hal yang bisa menghambat proses pemasaran yaitu marknya

³³ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip

wabah Covid-19 yang menyerang indonesia. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1

Data Penjualan Usaha Safa Bakery Kayen Tahun 2016-2020

Tahun	Volume Penjualan	Target Pertahun	Presentase Laba
2015	327.000	800.000	40,8 %
2016	442.000	800.000	55,2 %
2017	554.000	800.000	69,2 %
2018	673.000	800.000	84,1 %
2019	722.000	800.000	90,2 %
2020	421.000	800.000	52,5 %

Sumber : Usaha Safa Bakery Pasuruhan Kayen

Dari tabel diatas dapat dilihat presentase laba yang didapatkan oleh usaha Safa Bakery Pasuruhan mengalami pasang surut, terlebih pada tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan tahun kemaren ada wabah Covid-19 yang menjadikan usaha ini sepi orderan dan laba yang didapatkan menurun. Kenaikan laba dilihat pada tahun 2019 karena pada tahun ini produk Safa Bakery sudah dikenal luas oleh Masyarakat lingkup Pati bisa sampai luar Pati, untuk itu banyak pula pemesan produk Safa Bakery dengan tidak sedikit jumlah pemesananny sehingga orderan yang didapatkan banyak. Akan tetapi berbeda jauh dengan tahun 2020 pada saat tahun ini wabah virus Covid-19 menyerang seluruh dunia dan di Indonesia juga terkena dan itu bisa berpengaruh besar kepada emu industri maupun UMKM karena semua macet tidak produksi lagi, sehingga penjualannya menurun.³⁴

Melalui pemasaran yang dilakukan oleh pemasar, konsumen tidak perlu memenuhi kebutuhannya sendiri-sendiri, karena sudah ada pemasar yang menyediakan kebutuhannya. Dengan kegiatan pertukaran yang dilakukan konsumen dengan pelaku pemasaran akan ada banyak waktu yang bagi

³⁴ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip

konsumen untuk melakukan kegiatan yang disukai melalui pemasaran. Pemasaran dilakukan yang awalnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, akan tetapi semakin hari semakin banyak pemasaran yang dilakukan untuk memenuhi keinginan konsumen.³⁵

Usaha Safa Bakery dalam memperkenalkan produk yang dimiliki dengan cara pemasaran produk berbagai berikut:³⁶

- 1) Pemasaran melalui media online yaitu dengan cara promosi produk Safa Bakery dengan memanfaatkan media online agar jangkauan pasar lebih luas dan lebih efisien.
- 2) Pemasaran dengan cara media mulut ke mulut, dengan melalui cara ini biasanya konsumen yang akan memberikan informasi kepada calon pembeli tentang produk Safa Bakery yang mempunyai kualitas bagus yang akan membelinya.
- 3) Pemasaran yang dilakukan dengan menerapkan sistem reseller dan dropship kepada konsumen agar penjualan produk Safa Bakery bisa dijangkau ke berbagai daerah.

Pelaksanaan strategi pemasaran yang ada pada usaha Safa Bakery dengan menerapkan beberapa unsur dalam pemasaran yaitu: segmentasi pasar, *targetting*, dan *positioning*. Diketahui dari hasil wawancara kepada pemilik usaha pada pelaksanaan pemasaran yang dilakukan ada usaha Safa Bakery pada penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan strategi pemasaran pada usaha Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati meliputi sebaga berikut:

- 1) Segmentasi Pasar

Pada pemasaran yang dilakukan oleh usaha Safa Bakery dengan menerapkan

³⁵ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 42.

³⁶ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

segmentasi pasar agar dapat mengelompokkan konsumen yang mempunyai kebutuhan dan keinginan sama. Dengan hal tersebut maka pemasaran yang dilakukan akan lebih efektif, efisien dan sesuai dengan target pasar yang sudah ditentukan. Dengan penerapan segmentasi pasar konsumen bisa memilih produk mana yang mereka sukai dan sesuai dengan kebutuhannya, selanjutnya mereka akan memesan produk tersebut.³⁷ Pada segmentasi pasar yang dilakukan oleh Safa Bakery untuk memperkenalkan produknya yang lama maupun baru menggunakan beberapa segmen pasar dengan menganalisis beberapa faktor diantaranya:

a) Faktor Geografis

Strategi pemasaran yang dilakukan pada usaha Safa Bakery dengan menggunakan segmentasi pasar berdasarkan faktor geografis yaitu dengan mengelompokkan pasar dengan konsumen mempunyai persamaan kebutuhan maupun keinginan, dengan dilihat dari letak geografis konsumen tersebut. untuk saat ini pemilik usaha hanya menfokuskan pemasaran yang ada di sekitar Kota Pati, Kudus, Rembang, Semarang sampai ke Purwodadi. Daerah dalam lingkup Kota tersebut masih bisa dijangkau oleh mobil, karena pengiriman produk yang sudah dipesan konsumen diantar oleh mobil sendiri dari pihak pengiriman yang sudah disediakan.³⁸

b) Faktor Demografis

Pemasaran yang dilakukan dengan memperhatikan faktor demografis yaitu dengan mengelompokkan konsumen yang

³⁷ Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa, *Konsumen, pemasaran, Komunikasi Kontemporer*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), 295.

³⁸ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip

mempunyai persamaan keinginan atau kebutuhan dilihat dari usia, jenis kelamin, pendapatan, maupun pekerjaan. Akan tetapi dilihat dari faktor tersebut usaha Safa Bakery melakukan pemasaran ke berbagai kalangan dan produk ini bebas dikonsumsi oleh semua kalangan. Karena produk Safa Bakery bisa dikonsumsi oleh semua usia mulai dari anak-anak sampai ke orang tua, dengan rasa yang berbeda-beda menyesuaikan keinginan konsumen yang akan membelinya.³⁹

c) Faktor Psikografis

Pemasaran yang dilakukan oleh usaha Safa Bakery dengan segmentasi pasar berdasarkan faktor psikografis yaitu dengan melakukan pengelompokan konsumen yang mempunyai kesamaan dalam gaya hidup, tingkah laku, maupun keinginan konsumen yang berbeda-beda. Dengan persamaan tersebut pemilik usaha mampu membuat produk yang diinginkan oleh konsumen, sehingga permintaan barang banyak dan penjualan akan bertambah.⁴⁰

d) Faktor Konsumen

Segmentasi pasar yang dilakukan berdasarkan pada faktor konsumen yaitu konsumen yang mempunyai kesamaan dalam keinginan maupun kebutuhan, dengan hal tersebut pemasaran akan lebih cepat dan tepat sampai kepada konsumen. Pemilik usaha melakukan pemasaran dengan cara memproduksi produk yang saat ini disenangi oleh banyak konsumen dengan bentuk dan rasa yang hampir sama tapi merk yang

³⁹ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

⁴⁰ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip

berbeda, dengan hal tersebut Safa Bakery mampu mengembangkan usahanya.⁴¹

2) Targetting Pasar

Usaha Safa Bakery mempunyai target pasar ke seluruh kalangan masyarakat mulai dari kalangan bawah sampai atas, mulai anak-anak sampai orang tua. Tidak ada batasan kepada konsumen untuk membeli produk Safa Bakery karena produk tersebut boleh dimakan siapa saja dan kapan saja tanpa mengenal usia. Awalnya sang pemilik usaha hanya menargetkan untuk masyarakat Desa pasuruhan saja, akan tetapi lama kelamaan seiring berjalannya waktu sudah mulai banyak yang menyukai produk Safa Bakery dan konsumen tersebut memberikan informasi kepada masyarakat sekitar yang akan membeli produk roti agar membeli roti di Safa Bakery.⁴²

3) Positioning

Penciptaan merk kepada konsumen merupakan hal yang perlu dilakukan, karena setelah mengetahui merk tersebut, maka konsumen akan tetap membeli produk tersebut. *Positioning* yang dilakukan oleh usaha Safa Bakery yaitu dengan menciptakan produk yang berkualitas agar konsumen merasa puas setelah membeli produk Safa Bakery, setelah itu maka konsumen akan mengikat kalau produk Safa Bakery merupakan produsen roti yang mempunyai kualitas bagus untuk dikonsumsi sendiri maupun dijual lagi kepada konsumen lain.⁴³

⁴¹ Khamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 2, transkrip.

⁴² Khamnah, wawancara oleh penulis, 17 Februari 2020, wawancara 1, transkrip.

⁴³ Khamnah, wawancara oleh penulis, 7 September 2020, wawancara 2, transkrip.

b. Pelaksanaan Kualitas Produk

1) Kepuasan pelanggan

Setiap perusahaan pastinya akan selalu mengedepankan kepuasan pada pelanggan, ketika pelanggan yang sudah membeli atau mengkonsumsi produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut maka ada dua kemungkinan yang diperoleh konsumen itu antara puas atau tidak puas setelah mengkonsumsi produk tersebut. Apabila konsumen tidak puas setelah mengkonsumsi produk tersebut maka konsumen itu tidak akan membelinya lagi, akan tetapi bila konsumen itu merasa puas setelah mengkonsumsi produk tersebut maka konsumen itu akan membelinya lagi terlebih lagi akan menjadikan pelanggan setia pada produk itu. selain itu juga konsumen itu akan memberikan informasi kepada calon pembeli yang lainnya bahwa produk tersebut berkualitas dan bagus.⁴⁴

Pada usaha Safa Bakery selalu mengedepankan kualitas atas produk yang dimilikinya mulai dari produk aneka roti, kue dan snack lainnya. Karena dengan menciptakan produk yang berkualitas maka konsumen akan membelinya lagi dan bisa dijadikan langganan untuk pembelian lagi. cara yang dilakukan pada usaha Safa Bakery agar konsumen tetap merasa puas setelah mengkonsumsi produk roti dan sejenisnya dengan cara:

- a) Bahan baku yang digunakan harus sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, agar roti yang dihasilkan bagus dan berkualitas.
- b) Mesin yang digunakan untuk mengoven roti maupun untuk adonan roti harus sesuai standar perusahaan.

⁴⁴ M Nur Nasution, Manajemen Mutu terpadu (*Total Quality Manajemen*), (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 22.

- c) Pengemasan produk harus dibuat yang menarik dan rapi agar roti yang dihasilkan memberikan tampilan yang bagus dan konsumen akan lebih tertarik untuk membelinya.
- d) Merekrut karyawan yang tetap agar bisa bekerja dibagian yang sama tnpa danya latihan kembali, karna mereka sudah pahan dengan pekerjaannya.⁴⁵

Dengan penerapan cara-cara di atas maka usaha Safa Bakery akan menghasilkan prduk yang berkualitas dan sesuai oleh standar perusahaan, jika produknya berkualitas maka konsumen akan merasa puas setelah membeli produknya dan setelah itu konsumen akan memberikan informasi kepada calon pembeli lainnya untuk membeli roti di Safa Bakery saja maka penjualan yang dihasilkan akan terus bertambah.

2) Respek terhadap setiap orang

Untuk meningkatkan kualitas pada produk yang dilakukan oleh usaha Safa Bakery yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, sopan, ramah kepada calon pembeli maupun pelanggan agar konsumen tersebut merasa dihargai, merasa puas setelah melakukan pembelian pada Safa Bakery. Dengan pelayanan yang diterapkan yaitu ketika ada calon pembeli yang masih menanyakan tentang produk, harga, dan varian rasa maka pemilik usaha akan menjelaskan dengan detail dan jelas dan apabila ada yang kurang jelas bisa ditanyakan lagi sampai calon pembeli tersebut faham tentang detail dari produk yang akan dipesannya.⁴⁶

Ada beberapa hal yang dilakukan oleh usaha Safa Bakery agar tercipta sebagai

⁴⁵ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip

⁴⁶ M Nur Nasution, Manajemen Mutu terpadu (*Total Quality Manajemen*), (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 23.

perusahaan yang mengedepankan kualitas terhadap produk dan pelayanan pada konsumen dengan cara respek terhadap semua orang yaitu antara lain:

- a.) Ketika ada calon pembeli yang bertanya mengenai produk Safa Bakery maka pelayanannya harus yang sopan, santun dan ramah.
- b.) Antara karyawan dengan atasan (pemilik usaha) harus bersikap sopan dan menjalankan semua perintahnya.
- c.) Atasan (pemilik usaha) dengan karyawan harus bersikap adil dan tidak berpihak satu sama lain dengan semua karyawan, karena sifat tersebut bisa menimbulkan kecemburuan kepada karyawan lainnya.⁴⁷

Dengan melakukan hal tersebut maka Safa Bakery telah menerapkan beberapa proses agar menjadikan perusahaan yang memiliki pelayanan yang berkualitas terhadap siapapun baik dari pihak luar maupun pihak dalam perusahaan.

3) Perbaikan secara berkesinambungan

Usaha Safa Bakery merupakan sebuah UMKM yang bergerak dibidang makanan dengan memproduksi aneka olahan roti dan kue yang memiliki aneka ragam bentuk dan rasa yang berbeda yang menyesuaikan kebutuhan konsumen. karena pada saat ini banyak sekali usaha pada bidang olahan roti oleh sebab itu banyak pula pesaing dari usaha Safa Bakery ini, maka pemilik usaha dituntut untuk melakukan perbaikan secara berkesinambungan atau terus menerus, agar konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang sama. Dengan melakukan perbaikan secara berkesinambungan menjadikan produk yang dimiliki akan lebih baik dan lebih bagus lagi dari sisi bentuk, tampilan dan rasanya sehingga

⁴⁷ Ilmy rahayu, wawancara oleh penulis, 17 September 2020, transkrip 1.

menjadikan konsumen akan puas setelah mengkonsumsi roti Safa Bakery.⁴⁸

Usaha Safa Bakery yang dilakukan untuk memiliki produk yang berkualitas baik yaitu dengan selalu menciptakan ide yang baru atau yang sedang *trending* saat ini dikalangan masyarakat agar produk Safa Bakery tidak ketinggalan jauh dengan pesaingnya dan tetap menjadi pilihan pada konsumen yang menyukai roti. Saat sedang lagi musim roti Kanaya yaitu roti yang digulung dan berisi susu maka Safa Bakery mencoba membuat roti yang seperti itu dan dijual dipasaran banyak peminatnya lalu pemesanan roti tersebut banyak. Selain itu yang dilakukan oleh Safa Bakery agar konsumen merasa puas dengan produknya yaitu mendengarkan keluhan dari konsumen kritik maupun saran tetap dibutuhkan agar ketika sudah mendapatkan kritik maupun saran maka usaha Safa Bakery akan melakukan perbaikan secara terus menerus pada produk yang dibutuhkan oleh konsumen.⁴⁹

2. Kendala dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk pada Usaha Safa Bakery Pasuruhan Kayen Pati

a. Kendala dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran

1) Pemasaran langsung

Pemasaran yang dilakukan masih menggunakan media pemasaran langsung yaitu lewat mulut ke mulut dengan cara konsumen yang sudah membeli produk Safa Bakery mereka sudah puas dengan produknya maka mereka akan memberikan informasi kepada calon pembeli lainnya, entah itu saudara maupun tetangganya yang akan membeli produk yang sama, sehingga

⁴⁸ M Nur Nasution, Manajemen Mutu terpadu (*Total Quality Manajemen*), (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 24.

⁴⁹ Khamnah, wawancara oleh penulis, 7 September 2020, wawancara 2, transkrip 2.

calon pembeli tersebut akan membeli produk di Safa Bakery. Dengan proses tersebut pemasaran yang dilakukan oleh Safa Bakery belum bisa maksimal dan jangkauan kurang luas.⁵⁰

2) Pelayanan kurang maksimal

Pelayanan yang diberikan oleh usaha Safa Bakery kepada konsumen kurang maksimal dilihat dari belum adanya kasir yang khusus melayani konsumen jika ada yang mau membeli. Karena saat ini untuk bagian kasir masih dijalankan oleh pemilik usaha sendiri, maka ketika ada pekerjaan lain maka pelayanan dari kasir belum maksimal.⁵¹

3) Lokasi kurang strategis

Lokasi usaha Safa Bakery yang masih dalam pedesaan menjadikan lokasi yang belum bisa dijangkau oleh konsumen baru yang akan memesan produk Safa Bakery. Untuk pelayanan yang dilakukan masih dalam tempat produksi belum ada toko khusus menjual produk Safa Bakery, sehingga konsumen harus ke tempat produksi dulu untuk memesan produk dari Safa Bakery.⁵²

b. Kendala dalam Pelaksanaan Kualitas Produk

1) Mesin produksi kurang

Mesin atau alat yang digunakan sebagai produksi kurang, sehingga mengakibatkan proses produksi yang dilakukan menjadi lambat, selain itu produk yang dihasilkan tidak akan selesai dalam waktu yang ditentukan.

2) Tempat produksi kurang luas

Tempat yang digunakan untuk proses produksi sempit sehingga produksi roti akan terganggu bila

⁵⁰ Khamnah, wawancara oleh penulis, 7 September 2020, wawancara 2, transkrip 2.

⁵¹ Eva Elvionita, wawancara oleh penulis, 19 September 2020, transkrip 1.

⁵² Eva Elvionita, wawancara oleh penulis, 19 September 2020, transkrip 1.

mana ada pesanan yang banyak dan membutuhkan tempat yang luas, sehingga perlu adanya renovasi tempat produksi.⁵³

- 3) Karyawan yang lalai saat produksi
Ada beberapa karyawan yang sering lupa saat produksi, bisa mengakibatkan hasil produk yang tidak sesuai dengan keinginan, oleh sebab itu mengulang proses produksi lagi agar produk yang dihasilkan sesuai yang diinginkan.
- 4) Karyawan yang tidak tetap
Karyawan yang selalu berganti-ganti mengakibatkan proses produksi jadi terhambat, karena kalau ada karyawan baru harus ada latihan dulu sebelum bekerja.⁵⁴

3. Solusi Permasalahan dari Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Laba Pada Usaha Saha Bakery

a. Solusi pada strategi pemasaran

- 1) Pemasaran tidak langsung
Pemasaran yang dilakukan oleh pihak pemasar dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menawarkan produk Saha Bakery kepada konsumen maupun calon konsumen, dengan cara tersebut pemasaran yang dilakukan akan memberikan jangkauan lebih luas lagi tidak hanya sekitar Desa Pasuruhan saja akan tetapi sampai ke luar Kota Pati dan sekitarnya. Maka Penjualannya akan lebih banyak dan penghasilan akan lebih meningkat.
- 2) Membuat sistem reseller maupun dropshipper
Membuka kesempatan kepada semua orang yang mau bergabung bersama usaha Saha Bakery untuk menambah penghasilan jika penjualannya banyak maka bonusnya akan banyak.

⁵³ Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

⁵⁴ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip.

Dengan menerapkan sistem ini maka penjualannya produk Safa Bakery akan lebih banyak serta meningkat dan produknya akan lebih luas jangkauannya pada konsumen.

3) Lokasi kurang strategis

Lokasi toko yang dianggap kurang strategis menjadikan calon pembeli sulit untuk menjangkau lokasi bagian produksi, untuk itu ada papan nama yang digunakan agar calon pembeli dapat mengetahui tempat bagian produksi Safa Bakery ataupun tempatnya sudah terverifikasi dalam *Google maps* sehingga calon pembeli tidak kesusahan lagi untuk memesan langsung ke tempat produksinya.

b. Solusi dalam pelaksanaan Kualitas Produk

1) Mesin produksi ditambah

Menambah mesin atau alat lagi yang digunakan dalam proses produksi, agar proses produksi bisa lebih cepat dan bisa selesai dalam waktu yang ditentukan, sesuai dengan keinginan konsumen. Apabila produk yang dihasilkan selesai sesuai permintaan konsumen maka konsumen akan merasa puas setelah membeli produk tersebut. Dengan hal tersebut maka penjualan akan menambah dan laba akan meningkat.

2) Perbaikan pada tempat produksi

Merenovasi tempat bagian produksi agar bisa diperbesar lagi yang nantinya proses produksi tidak terhambat saat menerima orderan yang banyak, dan proses produksi bisa lebih maksimal. proses produksi akan lebih cepat, efektif dan efisien karena tempatnya yang sudah luas, sehingga produk yang dihasilkan akan lebih maksimal.⁵⁵

3) Karyawan yang lalai

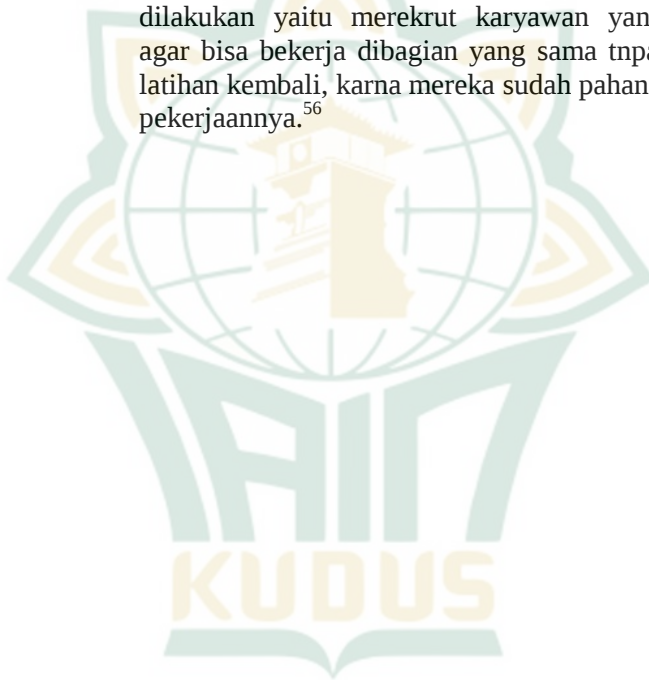
Ketika ada karyawan saat bekerja pada bagian produksi melakukan kelalaian sehingga dia lupa

⁵⁵Hamnah, wawancara oleh penulis, 07 September 2020, wawancara 1, transkrip.

saat mengatur waktu dalam pengovenan maupun pengadukan adonan, maka yang dihasilkan produk tersebut gagal dan bisa jadi gosong, maka yang dilakukan karyawan ditegur dan diusahakan tidak mengulangi lagi, agar produk yang dihasilkan bisa maksimal.

4) Karyawan tidak tetap

Karyawan yang tidak tetap dan selalu berganti ganti, mengakibatkan proses produksi lambat karna harus ada latihan lagi. Untuk itu yang dilakukan yaitu merekrut karyawan yang tetap agar bisa bekerja dibagian yang sama tnpa danya latihan kembali, karna mereka sudah pahan dengan pekerjaannya.⁵⁶



⁵⁶ Nafa Nailatul Faizah, wawancara oleh penulis, 27 Januari 2021, wawancara, transkrip