

## ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO SYARAH BAKERY

Yosi Ririn Puspitasari<sup>(1)</sup> Ratnawili<sup>(2)</sup>

<sup>(1)(2)</sup> Universitas Muhammadiyah Bengkulu

[ratnawili@umb.ac.id](mailto:ratnawili@umb.ac.id)

### ABSTRACT

This study aims to determine the Integrated Marketing Communication Strategy to Increase Consumer Loyalty at the Syarah Bakery Shop. This research uses a qualitative research method. The informants in the research in this study are the Owner and Field Employees of the Syarah Bakery Shop. The data collection method is by conducting interviews and documentation. The data analysis technique used is SWOT Analysis. From this research it is known that the Integrated Marketing Communication Strategy to Increase Consumer Loyalty at the Svarah Bakery Shop is (1) Maintaining Product Quality (2) Adding Product Variants (3) Increasing Products (4) Opening Branches While the promotions carried out by Syarah Bakery Shop are still not attractive even though promotion is one way to increase consumer loyalty.

**Keywords:** Integrated Marketing Communication Strategy. Loyalty Consumer

### PENDAHULUAN

Berbicara komunikasi dalam pemasaran berarti membicarakan bagaimana pengaruh komunikasi dalam pemasaran dan bagaimana relevansi keduanya, dengan komunikasi yang baik maka akan mempermudah pelaksanaan pemasaran. Penerapan strategi komunikasi dalam pemasaran dapat menarik minat. Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Komunikasi pemasaran juga dapat dipahami dengan menguraikan dua unsur pokoknya, yaitu komunikasi dan pemasaran. Komunikasi adalah proses pemikiran dan pemahaman yang disampaikan antar individu atau antara organisasi dengan individu.

Pemasaran adalah sekumpulan kegiatan dimana perusahaan dan organisasi lainnya mentransfer nilai-nilai (pertukaran) antara mereka dengan pelanggannya. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual. Selain itu juga merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik Industri periklanan yang semakin pesat dan maju dalam kreatifitas pemasaran dan promosi menyebabkan persaingan yang semakin kuat untuk merebut pasar. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang terencana dalam mendapatkan perhatian dan hati masyarakat. Kemudian proses kreatifitas dalam menarik perhatian masyarakat pun tidak hanya menggunakan below the line (media lini atas) yaitu media iklan luar ruang seperti, brosur, dan spanduk, melainkan bisa dibantu dengan media lainnya.

Didunia bisnis, pemasaran selain merupakan usaha menyebarkan gagasan, ide atau pesan juga mampu mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa tersebut. Karena hal tersebut, iklan memiliki peran sangat penting dalam menyampaikan informasi yang perlu disampaikan oleh masyarakat. Perli

adanya pendekatan-pendekatan antara produk dan jasa dengan khalayak ramai, yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi khalayak yang dapat diketahui oleh perusahaan dengan menganalisis terlebih dahulu peluang pasar yang ada sebelum menentukan pasar sasarannya. Pendekatan-pendekatan ini dilakukan tentunya merupakan langkah-langkah yang menjadi strategi dengan melakukan pemasaran sebagai bentuk produk atau jasa tertentu, komunikasi pemasaran juga dibuat atau diciptakan untuk tujuan utama yaitu menjual.

Strategi komunikasi pemasaran merupakan gambaran tentang tujuan suatu pemasaran dan langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan bisa melakukan cara-cara sebagai berikut, penjualan perorangan (personal selling), iklan (advertising), promosi penjualan (sales promotional), pemasaran sponsorship (sponsorship marketing), publisitas (publicity) dan komunikasi ditempat pembelian (point of purchase communication).

Penjualan perorangan adalah bentuk komunikasi pemasaran antar individu dimana tenaga penjual atau wiraniaga menginformasikan, mendidik dan melakukan persuasi kepada calon pembeli untuk membeli produk atau jasa perusahaan. kegiatan ini bisa dilakukan dengan memberikan harga secara Cuma-Cuma agar menaikkan penjualan.

Iklan merupakan komunikasi massa melalui surat kabar, majalah, radio, televisi dan media lain (billboard, internet dan sebagainya), sebab itu perusahaan perlu memasang iklan media cetak maupun di media elektronik agar orang-orang mengetahui perusahaan kita. Dengan memasang iklan orang-orang bisa mengetahui perusahaan kita.

Promosi penjualan terdiri dari semua kegiatan pasar yang mencoba merangsang terjadinya pembelian dalam waktu singkat. Promosi penjualan itu sangat penting untuk meningkatkan jumlah konsumen. Apalagi kalau perusahaan memberikan bonus untuk meningkatkan respon konsumen. Seperti menggunakan kupon atau dengan potongan harga. Selanjutnya pemasaran sponsorship adalah aplikasi dalam mempromosikan perusahaan, agar perusahaan kita bisa diketahui oleh banyak orang.

Publisitas biasanya dilakukan dalam bentuk berita atau komentar editorial mengenai produk atau jasa dari perusahaan. contohnya dengan media cetak atau media elektronik karena informasi tersebut sangat penting untuk di sampaikan kepada orang-orang. Yang terakhir adalah komunikasi, komunikasi di tempat pembelian ini melibatkan peraga, poster dan sebagainya yang didesain untuk mempengaruhi keputusan pembelian di tempat tersebut. Biasanya pembeli lebih mempertimbangkan komunikasi ditempat pembelian dari pada melalui media online.

Perubahan ekonomi masyarakat mengakibatkan bertambahnya jumlah pengusaha yang menciptakan beberapa ide kreatif untuk memenuhi keinginan konsumen. Mengetahui hal tersebut menyebabkan mulai berkembangnya bisnis kue. Toko kue ini dinamai Toko Syarah Bakery ini mengedepankan inovasi yaitu membuat varian jenis kue. Serta harga pun murah dan merakyat. Dengan demikian Toko Syarah Bakery yang awalnya hanya usaha kue rumahan dan sekarang menciptakan inovasi baru dengan melakukan membuat aneka jenis kue, brownies, snack, dan masih banyak lagi. Tantangan dan kendala tentu saja ada hambatan bahkan bisa merugikan usaha yang menawarkan yang menawarkan jenis kue favorite ini bila tidak segera ditanggulangi dan mendapatkan solusi dalam menghadapi permasalahan dari Toko Kue ini, selalu melakukan promosi yang kreatif dan efisien untuk menarik minat orang. Dengan bisnis kue yang menurutnya adalah bisnis yang banyak sekali peminat pembelinya. Toko Kue ini memilih konsep usaha ini dengan membuat beberapa varian jenis makanan tidak hanya kue namun beberapa jenis makanan lainnya dan pembeli bisa memilih sesuai selera masing-masing. Dengan keselarasan kebutuhan, keinginan dan rasa nyaman yang dapat di ciptakan Toko Syarah Bakery diharapkan dapat menarik perhatian dan hati masyarakat agar mengetahui dan mengenal Toko Kue ini.

Dengan mengunggulkan kenikmatan dari beberapa varian kue dan makanan lainnya yang disediakan, membuat sensasi ke yang ditawarkan serta rasa ingin tahu dari orang. Tak cukup sampai memenuhi kebutuhan akan kenyamanan dalam membeli Kue. Dengan

keselarasan kebutuhan, keinginan dan rasa nyaman yang diciptakan Toko Syarah Bakery, diharapkan bisa menarik perhatian dan hati masyarakat yang mengetahui dan mengenal Toko Syarah Bakery. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tinggi yang tidak dimiliki oleh produk lain. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang dimiliki perusahaan pesaing. Akan tetapi, suatu produk dengan tampilan yang menarik atau bahkan dengan tampilan yang lebih menarik bukanlah merupakan produk yang berkualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar. Berdasarkan uraian di atas maka pengertian membeli adalah pemusat perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap produk tersebut, kemudian minat individu yang tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa produk tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin membeli produk tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang.

Diera global seperti ini kecanggihan teknologi menjadi salah satu wadah untuk bersaing dalam dunia marketing seperti mempromosikan dan menjual berbagai usaha yang mereka dirikan salah satunya usaha Kue di Kota Bengkulu. Dalam hal ini peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan perusahaan tersebut dalam mempromosikan jualanannya agar dapat meningkatkan pelanggan yang loyal.

## **METODE**

### **Jenis Data**

Menurut Sugiyono (2012), sumber data peneliti menggunakan dua sumber data untuk mencari dan mengumpulkan sumber data yang ada pada penelitian ini ialah berikut:

#### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan dan yang memerlukan penelitian atau yang bersangkutan dan yang memerlukannya, data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden penelitian, seperti dari hasil wawancara dan observasi yang langsung kepada pemilik toko Syarah Bakery.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap data penelitian. Sumber data sekunder dalam penelitian ini seperti buku, jurnal, karya ilmiah, koran, internet, tentang strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian merupakan tahapan yang memerlukan waktu dan biaya yang cukup banyak. Sering kali penelitian gagal karena sulitnya mengumpulkan data (Suliyanto, 2018). Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian itu memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai dengan standardisasi riset yang telah ditetapkan. Pada riset kualitatif dikenal metode pengumpulan data: observasi (field observations), focus group discussion, wawancara mendalam (intensive/depth interview), dan studi kasus (Kriyantono, 2014).

Sementara menurut Sugiyono (dalam Saidah, 2017) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi, dan gabungan keempatnya. Secara umum terdapat empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan gabungan, atau triangulasi. Tetapi pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi dalam proses pengumpulan data. Pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah:

## **Wawancara**

Menurut Suliyanto (2018) wawancara merupakan teknik pengambilan data di mana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Pada saat wawancara peneliti tidak harus bertatap muka secara langsung tetapi melalui media tertentu misalnya melalui telepon, tele converence atau chatting melalui internet.

Kelebihan dari teknik ini peneliti dapat menggali informasi sebanyakbanyaknya dari responden utama karena proses wawancara dapat terus berkembang. Kelemahan dari teknik ini adalah memerlukan biaya yang mahal, dan waktu yang cukup lama serta sulitnya mencari waktu yang cocok antara calon responden dengan pewawancara. Kelemahan yang lain adalah proses wawancara dapat terus berkembang sehingga jika pewawancara tidak bisa mengendalikan alur pembicaraan maka wawancara dapat menyimpang dari tujuan yang ingin dicapai sebelumnya (Suliyanto, 2018).

Pengumpulan data pada penelitian ini melalui proses wawancara dengan metode in-depth interview (wawancara mendalam) dengan sejumlah informan. Wawancara jenis seperti ini dikenal juga sebagai wawancara sistematis atau wawancara yang terpimpin. Dalam hal ini peneliti telah menyediakan pertanyaan– pertanyaan terlebih dahulu. Malhotra (dalam Amrina & Rofiaty, 2014) mendefinisikan in-depth interview sebagai wawancara personal, langsung, dan tidak terstruktur. Setiap informan digali agar mengungkap motivasi, kepercayaan, sikap dan perasaan dasar pada topik yang diajukan oleh pewawancara.

Wawancara terstruktur ini setiap narasumber diberikan pertanyaan yang sama. Dalam melakukan wawancara, selain harus membawa intrumen sebagai pendoman untuk wawancara, maka pengumpul data juga dapat menggunakan alat bantu seperti rekaman suara, gambar, brosur, dan material lain yang membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar (Sugiyono, 2016). Wawancara dilakukan dengan informan-informan yang telah ditentukan oleh peneliti. Informan adalah orang yang memiliki pengetahuan atau kejadian langsung berkaitan dengan topik penelitian.

## **Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan indra, sehingga tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata saja. Mendengarkan, mencium, mengecap meraba termasuk salah satu bentuk dari observasi. Instrument yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan. Agar hasil observasi dapat dipertanggungjawabkan maka sebaiknya observasi jangan hanya dilakukan oleh satu orang saja, sehingga dapat dibandingkan. Semakin banyak hasil observasi yang sama di antara observer maka semakin dapat dipercaya hasil observasi tersebut (Suliyanto, 2018). Observasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah komunikasi terpadu itu di gunakan di Toko Syarah Bakery di gunakan dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

## **Dokumentasi**

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode dokumentasi dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data yang sudah didapatkan oleh penulis (dalam Sugiyono, 2016). Dalam hal ini, dokumentasi yang didapat berupa foto–foto selama observasi di Toko Syarah Bakery dan hasil skripsi/penelitian terdahulu.

## **Informan Penelitian**

Informan penelitian adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi. Informasi penelitian adalah sesuatu baik orang maupun lembaga (organisasi) yang bersifat keadaannya teliti, (Sukandarumidi,2002). Informan penelitian dalam penelitian ini adalah Toko Syarah Bakery di kota Bengkulu. Dalam penelitian ini dipilih pemilik Toko Syarah Bakery sebagai informan utamanya.

## **Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian pada hakikatnya merupakan proses mengolah data yang telah diperoleh di lapangan agar menjadi informasi. Hasil akhir dalam penelitian disamping

tergantung kepada data yang diperoleh di lapangan juga akan sangat tergantung pada bagaimana menganalisis data (Suliyanto, 2018). Menurut Sugiyono (2016) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data yang peneliti lakukan adalah dengan melakukan wawancara mendalam sebagai langkah awal untuk mencari informasi secara mendalam mengenai apakah Toko Syarah Bakeri ini menggunakan strategi komunikasi terpadu untuk meningkatkan loalitas konsumen. Observasi ini dilakukan selama melakukan wawancara mendalam dengan beberapa informan sehingga hasil observasi yang peneliti lakukan dapat mendukung wawancara mendalam dengan informan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif melalui penelitian kualitatif, yakni menggunakan data dan informasi yang diperoleh langsung dari informan kemudian dianalisis menggunakan landasan teori yang ada dan memaparkan secara sistematis berdasarkan fakta yang ada di lapangan.

### **Reduksi Data**

Menurut Sugiyono (2016) mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan. Menurut Sugiyono (2016) dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dalam pendekatan kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, jika selama penelitian peneliti menemukan sesuatu yang dianggap asing atau tidak dikenal atau belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan peneliti dalam melakukan reduksi data.

### **Penyajian Data**

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan dengan melihat penyajian-penyajian data maka akan dapat memahami apa yang terjadi. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dengan uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart.

Menurut Miles & Huberman (dalam Sugiyono, 2016) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan melihat penyajian data maka akan memudahkan peneliti memahami apa yang sedang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

### **Menarik Kesimpulan**

Tahap akhir dalam penelitian adalah menarik simpulan. Kata menarik berarti hanya sekadar merangkum dan memindahkan dari bagian yang telah ada ke bagian yang lain. Hal yang disimpulkan dalam penelitian semestinya telah ada pada bagian analisis dan pembahasan, sedangkan bagian simpulan hanya bersifat mempertegas kembali dan mengambil inti pembahasan hasil analisis data (Suliyanto, 2018).

Menurut Sugiyono (2016) kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena

rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan dapat terus berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal adalah mengidentifikasi apa saja yang menjadi kelemahan dan kekuatan dari dalam yang dimiliki perusahaan agar bisa merumuskan strategi yang diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Lingkungan internal memiliki beberapa aspek, diantaranya

#### Aspek Pemasaran

Aspek Pemasaran digunakan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan untuk mengetahui kebutuhan atau keinginan produk yang dibuat oleh perusahaan, dengan begitu anda dapat menjual produk anda ada empat hal yang harus diperhatikan dalam aspek pemasaran yaitu Produk (Product). Harga (Price), Promosi (Promotion), Tempat (Place) dan Produk (Product)

#### Produk (Product)

Syarah Bakery adalah usaha yang menjual produk makanan berupa kue-kue. Berikut ini adalah tanggapan Owner dan HRD Toko Syarah Bakery berikut ini. Syarah Bakery adalah usaha yang menjual produk makanan berupa kue-kue. Berikut ini adalah tanggapan Owner dan HRD Toko Syarah Bakery berikut ini:

**Tabel 1.**  
**Hasil Wawancara Indikator Produk dengan Owner**

Pertanyaan		1. Strategi kekuatan apa yang menjadikan produk di Toko Syarah Bakery banyak dammati banyak orang sehingga bisa meningkatkan loyalitas konsumen?
		2. Strategi komunikasi apa agar konsumen memiliki loyalitas pada produk yang kita pemasaran pasarkan?
		3. Apakah kekuatan di kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
No.	Narasumber	Jawaban
1.	Sarah Haris	1. a. menjaga kualitas produk b. memiliki lokasi yang strategis c. mempunyai sertifikat halal d. menjaga pelayanannya e. terjamin higienisnya
		2. a. Mencari tahu keinginan pembeli a. menjalin komunikasi b. memasang harga yang menarik c. Memberikan pelayanan yang terbaik
		3. Sangat berpengaruh karena akan mempengaruhi minat pembeli atau menggunakan kembali suatu produk

Berdasarkan Hasil Wawancara Dengan Owner Syarah Bakery dapat disimpulkan bahwa menjaga Kualitas Produk yang baik sangat berpengaruh dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen

**Tabel 2.**

**Wawancara Indikator Produk Dengan Karyawan**

Pertanyaan		1. Strategi kekuatan apa saja yang menjadikan produk di Toko Syarah Bakery diminati ini banyak banyak orang sehingga bisa meningkatkan loyalitas konsumen?
		2. Strategi komunikasi pemasaran apa agar Konsumen memiliki loyalitas pada produk yang kita pasarkan?
		3. Apakah kekuatan di kualitas produk itu berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
No.	Narasumber	Jawaban
1	Adhelia	1. Strategi yang digunakan yaitu produk, menjaga kualitas kualitas nya higienis, dan pelayanan nya harus bagus terjamin,higenis, dan pelayanan nya harus bagus
		2. Mencari tahu apa yang konsumen menjalin komunikasi dengan baik,memberikan pelayanan terbaik
		3. Sangat berpengaruh karena kualitas produk itu menjamin loyalitas pelanggan. kalau kualitas produk kita tidak bagus ya loyalitas konsumen kita menurun

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pihak Syarah Bakery selalu menjaga kualitas produk dan melakukan inovasi produk.

**Harga (Price)**

Harga jual di pemasaran memang berperan sangat penting karena harga yang bersaing mungkin bisa menaikkan pejualan Penetapan harga di toko syarah bakery sudah ditetapkan sesuai sop Hal ini sesuai dengan hasil wawancara terhadap owner toko syarah bakery, sebagai berikut:

**Tabel 3.**

**Wawancara indikator harga dengan owner:**

Pertanyaan	1. Apakah Sop di Toko Syarah Bakery in mempengaruhi dalam meningkatkan Loyalitas Konsumen?
	2. Strategi komunikasi pemasaran apa yang Anda lakukan jika ada konsumen yang mengeluh mengenai harga?
	3. Apakah ada hambatan ketika menentukan harga disetiap produk?

No.	Narasumber	Jawaban
1	Sarah haris	1. Karena SOP itu berfungsi sebagai pedoman dan landasan hukum dan sebagai acuan dalam melaksanakan pekerjaan
		2. Mungkin kita bisa mendengarkan dengan baik apa keluhannya, menggali informasi secara detail, meminta maaf pastinya, menunjukkan rasa empati dan segera tangani keluhannya.
		3. hambatannya kita harus pandai-pandai dalam memberikan garga disetiap produknya. Takutnya ketika terlalu mahal produk tersebut tidak diminatii oleh pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa harga Pihak Syarah Bakery Kota Bengkulu sesuai dengan produk yang ditawarkan Hal ini sesuai dengan tanggapan karyawan pada wawancara berikut ini

**Tabel 4.**  
**Hasil Wawancara Indikator Harga dengan Karyawan**

Pertanyaan		1. Apakah SOP di Toko Syarah Bakery ini mempengaruhi dalam meningkatkan loyalitas konsumen?
		2. Strategi komunikasi pemasaran apa yang anda lakukan jika ada konsumen yang mengeluh mengenai harga?
		3. Apakah ada hambatan Ketika menentukan harga di setiap produk?
No.	Narasumber	Jawaban
1	Adhelia	1. Menurut saya sop itu cukup berpengaruh terhadap yang kita kasih terlalu loyalitas konsumen, jika sop tinggi maka konsumen juga akan mengeluh nantinya mengenai harga.
		2. Mengkonfirmasi masalah pelanggan dengan baik, memintaa maaf dan menunjukkan rasa empati, memberikan solusi terbaik dan jangan kaku ketika menghadapi konsumen yang komplain

		3. Menurut saya, sejauh ini tidak, mungkin cuma rasa takut nantinya harga yang dikasih itu bisa diterima atau tidak oleh konsumen
--	--	---

### Promosi (Promotion)

Promosi adalah usaha yang dilakukan oleh pemasar untuk mempengaruhi pihak pasar lain agar berpartisipasi dalam kegiatan jual beli atau pertukaran Promosi yang dilakukan oleh Syarah Bakery menggunakan sosial media Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan owner Syarah Bakery, mengatakan bahwa:

**Tabel 5.**  
**Hasil Wawancara Indikator Promosi dengan Owner**

Pertanyaan		1. Strategi komunikasi pemasaran yang Toko Syarah gunakan dalam meningkatkan promosi, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen?
		2. Apakah ada kelemahan Toko Syarah Bakery ini dalam mempromosikan produknya?
No.	Narasumber	Jawaban
1	Sarah haris	1. Penjualan dengan media sosial, mengikuti tren, lakukan interaksi secara intens, memberi diskon
		2. Sejauh ini mungkin katalog yang kita punya jarang dilihat oleh masyarakat sehingga hanya melihat di instagram

**Tabel 6.**  
**Hasil Wawancara Indikator Promosi dengan Karyawan**

Pertanyaan		1. Strategi komunikasi pemasaran yang Toko Syarah gunakan dalam meningkatkan promosi, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen?
		2. Apakah ada kelemahan Toko Syarah Bakery ini dalam mempromosikan produknya?
No.	Narasumber	Jawaban
1	Adhelia	1. Mempromosikan di Instagram, menjual dengan tatap muka, memberikan diskon
		2. Menurut saya, promosi yang kita lakukan sudah cukup, tetapi masyarakat juga jarang melihat katalog toko syarah bakery

### Tempat ( Place)

Syarah Bakery mempunyai tempat yang strategis, berada ditengah kota dan bisa dijangkau dengan mudah Hal ini sesuai dengan pernyataan owner syarah bakery pada saat wawancara, berikut:

**Tabel 7.**

#### Hasil Wawancara Indikator Tempat dengan Owner

Pertanyaan		1. Apa saja yang emenjadikan hambatan Toko Syarah Bakery dalam hal temat bisnis?
		2. Apakah dengan letak Toko Syarah sekarang berpengaruh besar terhadap loyalitas konsumen?
No.	Narasumber	Jawaban
1	Sarah haris	1. Tempat ini menjadi sepi ketika covid masuk ke Indonesia dan karena covid aturan pemerintah tidak boleh makan di tempat dan keluar sembarangan jadi kirta harus membawa pulang makanan yang kita beli. Tetapi sekarang sudah bisa normal kembali
		2. Iya, berpengaruh

**Tabel 8.**

#### Hasil Wawancara Indiktor Tempat dengan Karyawan

Pertanyaan		1. Apa saja yang menjadikan hambatan Toko Syarah Bakery dalam hal tempat bisnis?
		2. Apakah dengan Letak Toko Syarah sekarang berpengaruh besar terhadap loyalitas konsumen?
No.	Narasumber	Jawaban
1	Adhelia	1. Menurut saya toko ini sudah strategis tempatnya, tetapi toko ini sedikit sepi keti ada aturan dari pemerintah karena adanya covid, tetapi sekrang sudah bisa normal kembali.
		2. Menurut saya sangat mempengaruhi

## **Aspek Penelitian Dan Pengembangan**

Analisis penelitian dan pengembangan bisa berupa faktor keunggulan strategi perusahaan karena bisa menciptakan varian produk baru atau produk yang ditingkatkan nilai jualnya Syarah Bakery merupakan perusahaan Bakery yang menjual makanan berupa kue-kue dan roti, sehingga toko syarah bisa menggunakan aspek penelitian dan pengembangan dalam usahanya.

## **Aspek Produksi Dan Operasi**

Pihak Syarah melakukan produksi dan operasi dengan memperhatikan SOP perusahaan Produksi benar-benar dilakukan dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan pemerintah daerah termasuk sertifikat halal yang mereka punya

## **Aspek Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia didalam perusahaan merupakan faktor kemampuan internal yang menjalankan aktivitas perusahaan Perusahaan Syarah Bakery ini mempunyai 50 karyawan yang telah diterima sebagai karyawan melalui beberapa tahap seleksi, sehingga para karyawan ini benar-benar bisa melakukan pekerjaan yang profesional

## **Aspek Keuangan**

Syarah Bakery adalah perusahaan yang berada diatas umkm sehingga pihak perusahaan ini memiliki struktur perusahaan yang jelas Dan hasil penjualan bisa dikelola oleh bagian keuangan.

## **Analisis Faktor Lingkungan Eksternal**

Analisis lingkungan eksternal adalah pemindaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi ancaman dan peluang yang mempengaruhi kinerja perusahaan secara garis besar faktor lingkungan eksternal terbagi menjadi lima aspek, yaitu:

## **Aspek Ekonomi**

Aspek sosial yang dapat mempengaruhi aktivitas dan kinerja suatu perusahaan yaitu keyakinan nilai-nilai, sikap, pandangan, serta gaya hidup seseorang sebagai akibat perkembangan dan perubahan kondisi sosial

Adapun faktor ekonomi yang berhubungan dengan sifat dan arah ekonomi Dimana suatu perusahaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap Syarah Bakery Terjadi penurunan omset syarah bakery kota Bengkulu yang diakibatkan dan dampak covid19

## **Aspek Teknologi**

Teknologi adalah salah satu pendorong utama dibalik pengembangan di berbagai produk dan pasar baru, teknologi juga berpengaruh penting pada kinerja industri Di Syarah Bakery sudah meningkatkan sistem informasi yang bisa mendukung dan bisa memudahkan dalam mengatur peningkatan pertumbuhan di Syarah Bakery dengan akses sosial media

## **Aspek Pesaing**

Didalam industri pesaing ini mampu mendorong perusahaan semakin inovatif dan kreatif dalam menghasilkan produk yang berbeda dan menarik pelanggan baik dari segi harga, kualitas, ukuran maupun manfaat Syarah Bakery mempunyai pesaing berupa perusahaan yang sama di Kota Bengkulu, maka dari itu pihak Syarah Bakery berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen merasa puas

### **Aspek Pemasok**

Pemasok ini menyediakan dan menawarkan bahan yang diperlukan untuk produksi barang atau menyediakan jasa oleh perusahaan. Perusahaan harus bisa membentuk hubungan baik dengan banyak pemasok agar tidak menghambat kegiatan produksi. Syarah bakery mempunyai pemasok yang terpercaya dan berkualitas, sehingga bahan-bahan yang digunakan yang berkualitas.

### **Aspek pemerintahan**

Faktor-faktor pemerintah seperti peraturan kebijakan keamanan, ketertiban yang berhubungan dengan kekuasaan negara yang harus menjadi pertimbangan yang matang untuk perusahaan terutama dalam menentukan strategi perusahaan.

### **Analisis Swot**

Dalam menjalankan usahanya syarah bakery mampu memanfaatkan kondisi internal maupun kondisi eksternalnya dalam mempertahankan usahanya. Di dalam usaha tidak terlepas dari pemahaman tentang lingkungan yang ada baik di dalam maupun diluar perusahaan.

### **Kekuatan**

Toko Syarah Bakery memiliki kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya, dan kekuatan tersebut mempunyai perkembangan perusahaan di dalam persaingan dan kemajuan dimasa yang akan datang, banyak perusahaan sejenis yang bermunculan. Adapun kekuatan-kekuatan yang dimiliki Toko Syarah Bakery antara lain

### **Kualitas Produk Yang Terjamin**

Kualitas produk Toko Syarah Bakery sudah baik. Sehingga kualitas produk sangat menentukan dengan adanya satu kepuasan. Karena kualitas produk yang baik dan sesuai dengan harapan dapat mendatangkan sikap positif dari para konsumen yang merasakan kepuasan tersendiri.

### **Lokasi Yang Strategis**

Lokasi Syarah cukup strategis sehingga masyarakat bisa mengakses dengan mudah. Penentuan lokasi usaha bisnis tentu menjadi hal penting saat mendirikan perusahaan tersebut. Karena lokasi dapat menentukan berkembang atau tidaknya usaha tersebut di masa yang akan datang.

### **Memiliki Sertifikat Halal**

Hal yang konsumen tidak takutkan akan produk yang dibelinya di Toko Syarah yaitu dengan memiliki sertifikat halal.

### **Pelayanan Yang Cukup Baik**

Pelayanan yang dilakukan di syarah bakery cukup baik, ramah, dan memuaskan dan dilakukan dengan profesional sehingga masyarakat akan nyaman ketika datang ke toko syarah bakery.

## **Memiliki Merek Produk Yang Sudah Terkenal**

Merek produk syarah bakery sudah di kenal oleh banyak orang dan merek juga merupakan pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli

## **Kelemahan**

Kelemahan adalah yang menjadi penghalang bagi perusahaan dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya yang mengganggu pencapaian laba yang maksimum yang ingin diperoleh Adapun kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh toko syarah bakery

## **Promosi yang di lakukan kurang maksimal**

Promosi menjadi salah satu faktor penentu berhasil tidaknya suatu program pemasaran, meskipun schuah produsen bisa menciptakan suatu produk yang bagus, dengan kualitas yang tinggi, kemasan yang baik, logo yang menarik, dan lain-lain, tetapi bila tidak ditunjang dengan adanya upaya promosi akan sulit untuk dapat meraih kesuksesan dari hasil penjualan di pasaran

## **Harga sudah ditetapkan oleh SOP**

Pihak Syarah Bakery sudah menetapkan harga sesan dengan sop, sehingga jarang ada diskon untuk pembelian produk walaupun pembelian dalam jumlah banyak.

## **Masih belum banyak varian produk**

Syarah Bakery kurang melakukan variast dari produk yang ditawarkan dan hanya mengubah bentuk dan ukuran produknya

## **Peluang**

Peluang adalah suatu kesempatan yang datang sehingga dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan kesempatan yang muncul pada waktu tertentu yang dapat memberikan kesempatan besar untuk memperoleh keuntungan, peluang-peluang yang dimiliki oleh toko Syarah Bakery antara lain:

## **Kondisi Perekonomian Yang Semakin Membaik**

Dengan kondisi perekomian sekarang yang semakin hari makin membaik hal ini dapat memberikan peluang yang sangat besar bagi perusahaan untuk selalu menyediakan barang yang sesuai kebutuhan pasar atau konsumen

## **Loyalitas Konsumen Pada Perusahaan**

Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka

## **Kemajuan teknologi**

Kemajuan teknologi tentu membawa pengaruh yang besar terhadap perusahaan Terutama jika perusahaan tersebut memanfaatkannya dalam aktivitas operasional perusahaannya Namun, pengaruh yang dibawa oleh teknologi tidak hanya pengaruh yang baik seperti halnya feedback yang dirasakan apabila perusahaan menggunakan teknologi tersebut

## **Ancaman**

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan perusahaan. Hal ini menjadi pengganggu jalannya roda bisnis perusahaan dan mengancam posisi perusahaan di dalam pasar, maupun mengganggu tujuan perusahaan. Adapun ancaman-ancaman yang dimiliki oleh toko syarah bakery antara lain.

## **Banyaknya perusahaan yang menjual produk yang sejenis**

Sekarang ini banyak sekali perusahaan yang menjual produk yang sejenis, dengan banyaknya pesaing yang bergerak dalam bisnis yang sama. Hal ini memunculkan ancaman bagi usaha kita. Ancaman pesaing semacam ini perlu diantisipasi dengan beberapa langkah misalnya dengan meningkatkan mutu produk, variasi produk atau metode pemasaran yang lebih baik.

## **Promosi dari perusahaan pesaing lebih maksimal**

Setiap perusahaan ingin meningkatkan omzet penjualan produknya dan selalu menggunakan promosi, sedangkan yang menjadi masalah disini adanya perusahaan lain yang lebih maksimal mempromosikan produknya, sehingga konsumen atau calon konsumen akan tertarik pada perusahaan tersebut dan akan menjadi sebuah ancaman bagi toko syarah bakery.

## **Permainan harga dari pesaing**

Sebuah persaingan membutuhkan adanya aturan main, karena terkadang tidak selamanya mekanisme pasar dapat bekerja dengan baik (adanya informasi yang asimetris dan monopoli). Dalam pasar, biasanya ada usaha-usaha dari pelaku usaha untuk menghindari atau menghilangkan terjadinya persaingan di antara mereka. Berkurangnya atau hilangnya persaingan memungkinkan pelaku usaha memperoleh laba yang jauh lebih besar.

## **Krisis Ekonomi**

Krisis ekonomi merupakan kondisi yang dikhawatirkan oleh banyak perusahaan atau organisasi, karena dengan adanya krisis ekonomi ini akan mengakibatkan sebuah ancaman atau situasi yang tidak stabil dengan berbagai kemungkinan perusahaan akan menghasilkan sesuatu yang tidak diinginkan.

## **Hasil Analisis dengan menggunakan SWOT**

### **Faktor-Faktor Internal Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu**

Analisis faktor-faktor internal Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Penulis menemukan 5 poin faktor kekuatan dan 4 point faktor kelemahan Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu. Penentuan faktor-faktor internal didapatkan penulis melalui hasil wawancara dengan pemilik, karyawan, dan konsumen Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu, kemudian setelah didapatkan faktor-faktor internal penulis memberikan questioner pembobotan dan ranting dalam analisis SWOT. Untuk lebih jelasnya faktor-faktor internal kekuatan dan kelemahan Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu didalam tabel 4.4 berikut.

**Tabel 9.**  
**Faktor-Faktor Internal Kekuatan dan kelemahan**  
**Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu**

No.	Faktor-Faktor Strategi Internal
1.	<b>Faktor Kekuatan :</b>
	1. Memberikan produk yang berkualitas
	2. Memberikan harga jual yang lebih murah
	3. Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen
	4. Memberikan sumber daya manusia yang handal kepada konsumen
	5. Memberikan kepuasan kepada konsumen
2.	<b>Faktor Kelemahan :</b>
	1. Pelayanan perusahaan kurang memuaskan
	2. Terdapat perbedaan harga jual antara konsumen satu dengan konsumen lain
	3. Promosi yang dilakukan pihak syarah masih kurang
	4. Masih belum banyak varian produknya

**Faktor-Faktor Eksternal Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu**

Analisis faktor-faktor eksternal Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu terdiri dari peluang dan ancaman Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu. Penulis menemukan 3 poin faktor peluang dan 3 point faktor ancaman Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu. Penentuan faktor-faktor internal didapatkan penulis melalui hasil wawancara dengan pemilik, karyawan, dan konsumen Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu, kemudian setelah didapatkan faktor-faktor eksternal penulis memberikan quesioner pembobotan dan ranting dalam analisis SWOT. Untuk lebih jelasnya faktor-faktor eksternal peluang dan acaman Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu tersaji didalam tabel berikut.

**Tabel 10**  
**Faktor-Faktor Eksternal Peluang dan ancaman**  
**Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu**

No.	Faktor-Faktor Strategi Eksternal
1.	<b>Faktor Peluang :</b>
	1. Tempat yang dipilih pihak syarah bakery strategis
	2. Pihak syarah bakery menambah variasi makanan
	3. Syarah bakery melakukan promosi sudah maksimal
2.	<b>Faktor Ancaman :</b>
	1. Banyak perusahaan yang menjual produk yang sama
	2. Promosi yang dilakukan dari perusahaan pesaing lebih maksimal
	3. Harga dari perusahaan pesaing lebih rendah

### Matriks *Internal Strategy Factor Summary* (IFAS) Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu

Setelah didapatkan faktor-faktor internal Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu, selanjutnya peneliti membuat matriks *internal strategy factors summary* (IFAS) berdasarkan nilai questioner pembobotan ranting yang telah diberikan penulis kepada pemilik, karyawan, dan konsumen Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu. Matriks *internal strategy factors summary* (IFAS) Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 11**  
**Matriks *Internal Strategy Factor Summary* (IFAS)**  
**Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu**

No.	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
1.	<b>Faktor Kekuatan</b>			
	1. Memberikan produk yang berkualitas	0,12	3,82	0,45
	2. Memberikan harga jual yang lebih murah	0,12	3,77	0,44
	3. Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen	0,10	3,14	0,30
	4. Memberikan sumber daya manusia yang handal kepada konsumen	0,08	2,64	0,21
	5. Memberikan kepuasan kepada konsumen	0,09	3,00	0,28
	<b>Total Kekuatan</b>	<b>0,50</b>		<b>1,68</b>
2	<b>Faktor Kelemahan:</b>			
	1. Pelayanan perusahaan kurang memuaskan	0,13	4,23	0,55
	2. Terdapat perbedaan harga jual antara konsumen satu dengan konsumen lain	0,13	4,14	0,53
	3. Promosi yang dilakukan pihak syarah masih kurang	0,11	3,50	0,38
	4. Masih belum banyak varian produknya	0,13	4,18	0,54
	<b>Total Kelemahan</b>	<b>0,50</b>		<b>2,00</b>
<b>Total Faktor Internal</b>		<b>1,00</b>		<b>3,68</b>

Berdasarkan tabel IFAS diketahui bahwa faktor internal kekuatan dan kelemahan Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu memiliki total skor 3,68, karena total skor mendekati 4,00 berarti ini mengindikasikan bahwa Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu memiliki faktor internal yang kuat.

### Matriks *External Strategi Factor Summary* (EFAS)

Setelah didapatkan faktor-faktor internal Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu, selanjutnya penulis membuat matriks *External Strategi Factor Summary* (EFAS) berdasarkan Nilai questioner pembobotan ranting yang telah diberikan penulis kepada pemilik, karyawan, dan konsumen Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu . Matriks *External*

Strategi Factor Summary (EFAS) Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu disajikan pada tabel berikut.

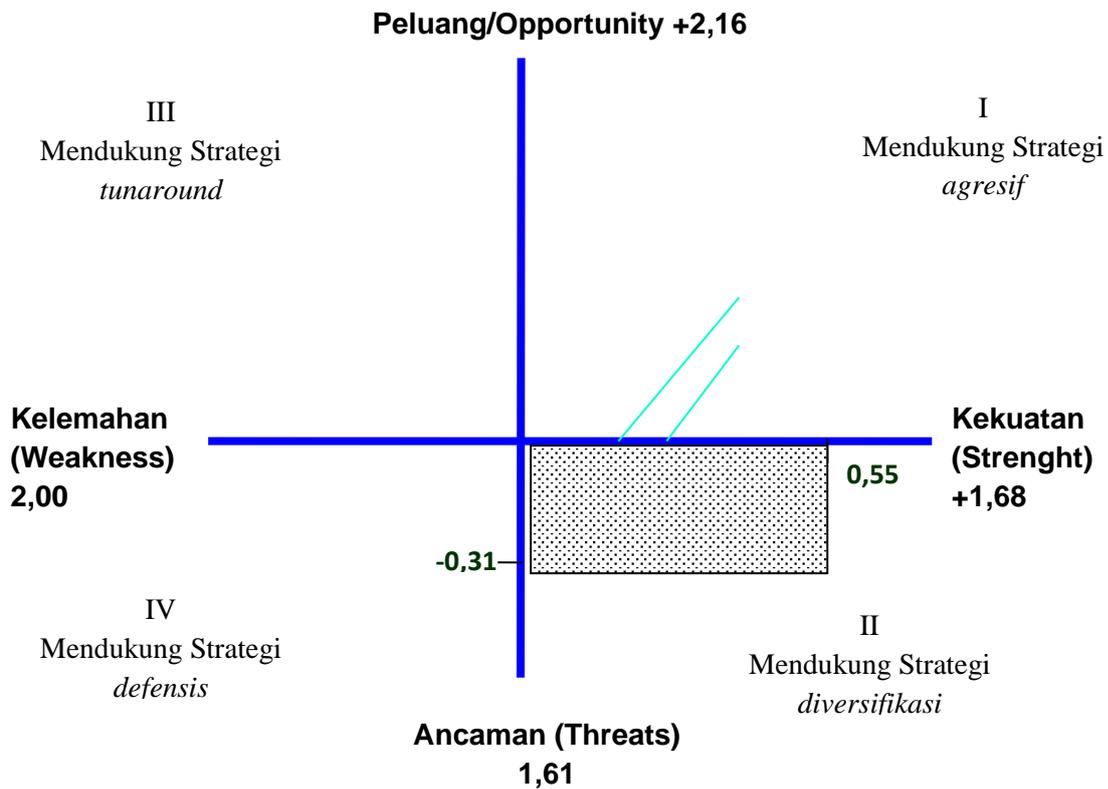
**Tabel 12**  
**Matriks External Strategi Factor Summary (EFAS)**  
**Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu**

No	Faktor-Faktor Strategi External	Bobot	Rating	Skor
<b>1.</b>	<b>Faktor Peluang:</b>			
	1. Tempat yang dipilih pihak syarah bakery strategis	0,18	3,95	0,70
	2. Pihak syarah bakery menambah variasi makanan	0,19	4,19	0,78
	3. Syarah bakery melakukan promosi sudah maksimal	0,17	3,90	0,68
	<b>Total Peluang</b>	<b>0.54</b>		<b>2,16</b>
<b>2</b>	<b>Faktor Ancaman:</b>			
	1. Banyak perusahaan yang menjual produk yang sama	0,17	3,86	0,66
	2. Promosi yang dilakukan dari perusahaan pesaing lebih maksimal	0,16	3,57	0,57
	3. Harga dari perusahaan pesaing lebih rendah	0,13	2,90	0,38
	<b>Total Ancaman</b>	<b>0.46</b>		<b>1.61</b>
	<b>Total Faktor Internal</b>	<b>1.00</b>		<b>3.178</b>

Berdasarkan tabel EFAS diketahui bahwa faktor internal peluang dan ancaman Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu memiliki total skor 3,78, karena total skor mendekati 4,00 berarti ini mengindikasikan bahwa Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya.

Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor berdasarkan tabel 4.6. dan tabel 4.7 secara rinci faktor kekuatan (*Strength*) 1,68, Kelemahan (*Weakness*) 2,00, (*Opportunity*) 2,16, dan ancaman (*Treath*) 1,61. Maka diketahui selisih total skor faktor *Strength* dan *weakness* adalah (-) 0,31, sedangkan selisih total skor faktor *Opportunity* dan *Treath* adalah (+) 0,55.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu maka dapat digambarkan, maka dapat disajikan dalam Diagram Cartesius Analisis SWOT, pada Gambar 4.1 berikut.



**Gambar 1.**  
**Diagram Cartesius Analisis SWOT**  
**Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu**

Berdasarkan gambar diagram cartesius analisis SWOT pada gambar 4.16, dapat dilihat bahwa posisi Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu berada pada kuadran II dengan titik koordinat faktor internal  $-0,31$  , dan faktor eksternal  $+0,55$  Hal ini berarti Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Toko Syarah Bakery Kota Bengkulu tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung Strategi diversifikasi.

## PEMBAHASAN

### Matriks Swot

Dari Analisis Diagram Swot pada gambar 4.1, telah disusun rumusan kombinasi strategi matrik swot untuk menganalisis rumusan alternatif strategi SO, WO, ST, WT yang hasil analisisnya seperti berikut:

**Tabel 13.**  
**Matrik Swot**

Factor internal Factor Eksternal	<b>Kekuatan :</b> 1. Kualitas produk terjamin 2. Produk bersertifikat halal 3. Lokasi yang strategis 4. Pelayanan yang cukup baik 5. Memiliki merek yang sudah terkenal	<b>Kelemahan</b> 1. Promosi yang dilakukan belum maksimal 2. Harga sudah ditetapkan sop 3. Masih belum banyak varian produk
<b>Peluang:</b> 1. Kondisi perekonomian yang makin membaik 2. Loyalitas pelanggan pada perusahaan 3. Kemajuan teknologi	<b>Strategi SO</b> 1. Menjaga kualitas produk 2. Menambah varian produk 3. Meningkatkan promosi 4. Membuka cabang	<b>Strategi WO</b> 1. Memberikan reward untuk pembelian tertentu 2. Menambah varian rasa 3. Meningkatkan promosi
<b>Ancaman</b> 1. Banyaknya perusahaan yang menjual produk sejenis 2. Promosi dari perusahaan pesaing lebih maksimal 3. Permainan harga dari pesaing 4. Krisis ekonomi	<b>Strategi WT</b> 1. Melakukan bazar 2. Memberikan reward	<b>Strategi WT</b> 1. Melakukan varian produk 2. Membuat kemasan produk yang sesuai dengan bentuk dan ukuran

Pada sub bab ini peneliti membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu untuk meningkatkan loyalitas konsumen di Toko Syarah Bakery. Dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah tolak ukur seberapa besar kemungkinan pelanggan kembali kepada usaha tersebut. Kehadiran pelanggan yang loyal akan dapat menguntungkan bisnis, bahkan sebagian pelanggan yang loyal akan merekomendasikan produk tersebut kepada lingkungan terdekat kerabat keluarga teman dan lain sebagainya. Selain itu, pelanggan yang loyalitas juga dapat memberikan masukan yang bermanfaat mengenai baik dan buruknya produk karena mereka ingin produk favorit yang mereka sukai berkembang.

Sehingga peneliti menemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang di gunakan Toko Syarah Bakery dalam meningkatkan loyalitas Konsumen sebagai berikut:

## **Menjaga kualitas produk**

Kualitas produk adalah elemen utama yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha. Khususnya bagi mereka yang memang ingin mempertahankan bisnisnya di tengah sengitnya persaingan dan bahkan membuat bisnis tersebut semakin maju dan berkembang. Namun, tentu saja ini bukanlah perkara yang mudah. unguin terdengar merepotkan dan seolah membutuhkan usaha yang besar, menjaga kualitas dari setiap produk atau jasa yang coba dipasarkan akan memberikan manfaat yang sangat besar bagi operasional serta pengembangan bisnis.

## **Menambah varian produk baru**

Variasi produk menguntungkan bagi konsumen karena mereka dapat memilih berbagai alternatif. Maklum, selain beragam, keinginan dan preferensi konsumen seringkali berubah seiring waktu. Lebih banyak variasi yang ditawarkan, lebih mungkin salah satu produk akan sesuai dengan preferensi konsumen. Bagi perusahaan, menawarkan beragam produk memungkinkan mereka menarik lebih banyak konsumen. Lebih banyak konsumen berarti peluang lebih besar untuk meraih penjualan.

## **Meningkatkan promosi**

Sebagai konsumen, kita pasti tertarik setiap melihat ada promosi pada produk incaran. Kegiatan *promotion* ini biasanya dilakukan sebagai upaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui berbagai kanal, mulai dari platform media sosial, komunikasi digital seperti SMS, hingga media tradisional seperti koran, brosur, hingga promosi di toko *retail*.

## **Membuka cabang**

Membuka cabang usaha merupakan keinginan setiap pelaku bisnis. Membuka cabang usaha baru merupakan peningkatan yang positif terhadap bisnis tersebut. Namun, tidak semua bisnis berhasil dalam membuka cabang usaha baru, dikarenakan manajerial yang masing-masing buruk.. Membuka cabang usaha baru juga tidak boleh asal-asalan. Hal pertama yang harus diperhatikan adalah manajerial yang telah berhasil diterapkan pada cabang pusat. Jika manajerial pada cabang pusat masih buruk sebaiknya jangan membuka cabang usaha baru karena akan bernasib buruk bahkan bisa bangkrut.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Toko Syarah Bakery menggunakan strategi sebagai berikut:

1. Menjaga kualitas produk
2. Menambah varian baru
3. Meningkatkan promosi
4. Membuka cabang

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arya, Bayu. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Museum Kars Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 11-37.
- Effendy, Onong Uchana. (1999). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- David, F.R. 2004. *Manajemen Strategis: Konsep*. Edisi ketujuh. PTPrenhallindo: Jakarta

- Hitt, Michael A, dkk.2001.*Manajemen Strategi Daya Saing dan Global Konsep*.Erlangga: Jakarta
- Hermawan, Agus,2007. *Komunikasi Pemasaran*. Penerbit Erlangga: Jakarta
- Intan, Eva. (2017). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Kampoeng Merdeka dalam Meningkatkan Konsumen di Kota Makasar.Jurnal Komunikasi, 13-95.
- Tjiptono, Fandy, (2001), Strategi Pemasaran, Yogyakarta, Andi Offset
- Lewis, K.,(1995). *An Integrated Model of Service Loyalty, Academy pk Business & Administrstive Scences*. International Conferences.Brussels, Belgium
- Lussy Aprilianti.2009.*Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Pengguna Notebook Acer di wilayah Pedukuh Krudan,Sleman Yogyakarta*.Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Morissan, 2015.*Periklanan: Komunikasi Pemasarn Terpadu*. Kencana Prenada Media: Jakarta Poerwandari E.
- Nur'aini DF, Fajar (2016). *TEKNIK ANALISIS SWOT: Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Yogyakarta: QUADRANT
- Oliver, J S (2001). "Dose Customer Knowledge Affect How Loyalty Form?". Journal of Service Research, vol. 5 no 2
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Rangkuti, Freddy (2016). *ANALISIS SWOT: Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Ranting, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Robi' Afnan.2022.*Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu "Kedai Sego Sambel Cak Noer" dikota Sumenep*.Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Suryatama, Erwin.(2020). *Lebih Memahami Analisis SWOT dalam Bisnis*. Surabaya: Kata Pena
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib) Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).