

Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P pada Usaha Bakso Putra Patria Group

Muhammad Rouf Nur Rohim Nazil Attamami, Shara Merry Palupi, Yunita Chandra Lestari, Alfa Niswatul Ula, Calfinda Lafrina Derianti, dan Sintia Rizqi A.

*Jurusan Manajemen, STIE Kesuma Negara Blitar
Jalan Mastrip No.59, Kepanjen Kidul, Kota Blitar, 66117, Jawa Timur*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Usaha Bakso Putra Patria Group, Kota Blitar yang membahas hal-hal terkait dengan Bauran Pemasaran 7P. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis penerapan Bauran Pemasaran 7P pada Usaha Bakso Putra Patria Group. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mana subjek penelitian ini adalah pemilik, karyawan dan pelanggan Usaha Bakso Putra Patria Group dengan metode pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi, sehingga dapat menggali lebih dalam hasil temuan. Untuk analisis data terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi temuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas bahan baku, varian produk, lokasi, harga dan promosi, menentukan dan berperan penting dalam menentukan strategi pemasaran.

Kata Kunci: 7P dan Bauran Pemasaran

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di era modern semakin ketat, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Faktor utama yang mempengaruhi adalah perubahan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, yang mendorong UMKM untuk mengadopsi dan mengadopsi informasi teknologi untuk meningkatkan daya saing. Kondisi demikian, membuat para pelaku UMKM untuk tetap berupaya mempertahankan eksistensinya dalam menghadapi persaingan pasar. Hal tersebut juga termasuk pelaku UMKM di bidang kuliner seperti bakso.

Bakso adalah salah satu makanan khas Indonesia yang sangat populer dan digemari oleh berbagai kalangan, dari anak-anak hingga orang dewasa. Dengan cita rasa olahan daging sapi, ikan atau ayam yang memiliki ciri khas, bakso menjadi salah satu pilihan utama masyarakat untuk santapan sehari-hari maupun acara spesial. Namun, di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, para pengusaha bakso dituntut untuk terus berinovasi agar dapat mempertahankan stabilitas penjualan dan tetap relevan di pasar yang dinamis.

Persaingan bisnis kuliner yang terus meningkat menuntut para pengusaha bakso untuk lebih kreatif dan adaptif. Tidak hanya sekadar menyajikan produk berkualitas, tetapi juga memperhatikan faktor lain seperti variasi menu, kemasan yang menarik, layanan yang memuaskan, serta strategi pemasaran yang efektif. Faktor eksternal seperti tren makanan

sehat dan preferensi konsumen terhadap layanan digital juga menjadi elemen yang harus diperhatikan agar bisnis tetap relevan dan kompetitif.

Dalam mempertahankan stabilitas penjualan, analisis menyeluruh terhadap berbagai aspek bisnis bakso menjadi langkah penting. Faktor-faktor seperti kualitas bahan baku, harga yang kompetitif, lokasi strategis, dan strategi pemasaran yang efektif sangat memengaruhi daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, tren konsumsi yang berkembang seperti preferensi terhadap makanan sehat dan kebutuhan akan layanan digital juga menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pengusaha bakso untuk menyesuaikan bisnis mereka dengan kebutuhan konsumen modern.

Analisis di dalam penelitian ini bertujuan untuk menggali berbagai strategi yang dapat diterapkan oleh pengusaha bakso untuk menjaga kestabilan penjualan, baik melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, maupun penerapan teknologi digital. Dengan pendekatan yang tepat, bisnis bakso tidak hanya dapat bertahan di tengah persaingan, tetapi juga mampu berkembang dan meningkatkan daya saingnya di pasar lokal maupun nasional. Sehingga dapat mengembangkan usaha bakso yang dimiliki sebagai salah satu usaha yang dinilai menjanjikan di masa yang akan datang.

TELAAH LITERATUR

Berikut ini adalah telaah literatur yang digunakan penulis diantaranya yaitu:

1. Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7p Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi (Dewi, et.al, 2021). Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi pemasaran yang dipakai usaha bakso wong jowo yaitu menggunakan bauran pemasaran 7p untuk meningkatkan penjualan agar mampu bertahan dari ketatnya persaingan
2. Strategi Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Gudeg Jogja Bu Roto – Bekasi (Rezaldi, et. al, 2023). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dipakai oleh rumah makan gudeg jogja bu roto yaitu dengan melakukan segmentasi pasar, posisi, pasar dan bauran pemasaran Dimana strategi tersebut cukup efektif dengan ditunjukkannya peningkatan jumlah penjualan sehingga mampu bersaing pada pasar yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain lain secara menyeluruh dengan mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks yang alami dan menggunakan metode alamiah (Muhadjir, 2000).

Penelitian ini menekankan pada kualitas atau aspek penting berupa kejadian, fenomena, dan gejala sosial terkait interaksi pelanggan, strategi bisnis, serta elemen internal dan eksternal suatu bisnis UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis suatu fenomena yang dapat memberikan kontribusi kepada suatu UMKM melalui analisis 7P.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini bersifat dinamis dan sesuai dengan kegiatan fenomenologis yang terjadi dalam bisnis UMKM. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan alat analisis 7P, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam terkait fenomena yang terjadi pada suatu UMKM.

HASIL PENELITIAN

1. *Product* (Produk)

Produk yang ditawarkan usaha ini adalah Bakso dan mie ayam yang memiliki varian bakso halus, mie ayam original, dan mie ayam bakso. Pemilik usaha menjual produk bakso dengan konsep *dine in* dan *takeaway*. Usaha Bakso Putra Patria Group juga menawarkan produk baru sebagai inovasi yang kami buat yaitu bakso urat.

2. *Price* (Harga)

Harga yang diterapkan pada Usaha Bakso Putra Patria Group yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.

Harga dan Menu Usaha Bakso Putra Patria Group

DAFTAR MENU	HARGA
Bakso campur porsi kecil (Bakso kecil, Tahu, Somay, Mie, Goreng)	Rp.10.000
Bakso spesial porsi besar (Bakso urat, Tahu, Somay, Mie, Goreng)	Rp.15.000
Mie ayam biasa porsi kecil (Tanpa Bakso)	Rp.10.000
Mie Ayam Bakso	Rp.15.000

3. *Place* (Tempat)

Jenis usaha yang dijalankan adalah usaha *homemade*. Usaha Bakso Putra Patria Group ini berjalan ditempat yang bernama PIPP (Pusat Informasi Pariwisata dan Perdagangan) yang berlokasi di Sentul, Kepanjen Kidul.



Gambar 1.

Lokasi Tempat Usaha Bakso Putra Patria Group

4. *Promotion* (Promosi)

Usaha Bakso Putra Patria Group ini menggunakan sarana media sosial sebagai bentuk promosi. Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih kami yakin sarana media sosial yaitu Tiktok dan Instragram. Akun tiktok bernama (@putra_patria_82)

dan akun IG yang bernama (bakso_putrapatria) ini dapat sangat membantu dalam memperkenalkan produk dan menarik daya tarik konsumen. Usaha ini juga melakukan promosi dengan menyediakan voucher gratis pada hari hari tertentu (Misal: 17 Agustus HUT Kemerdekaan RI)

5. *Process (Proses)*

Fenomena *rolling* tempat yang terjadi di PIPP menyebabkan penurunan penjualan karena lokasi dagang yang berpindah mengurangi kenyamanan pelanggan dan menurunkan stabilitas transaksi. Pedagang mengalami kesulitan mempertahankan pelanggan tetap, sementara daya tarik kawasan sebagai pusat perdagangan strategis ikut terdampak. Untuk mengatasi masalah ini, pengelola PIPP perlu menerapkan jadwal *rolling* yang transparan dan terencana, sehingga pedagang dapat mempersiapkan strategi lebih baik. Selain itu, pengelompokan pedagang berdasarkan kategori produk di zona tertentu dapat memudahkan konsumen menemukan barang yang dicari, menjaga daya tarik kawasan. Pedagang juga didorong untuk memanfaatkan platform digital guna menjangkau pelanggan secara lebih luas. Pengelola dapat mendukung dengan promosi rutin, seperti bazar atau diskon kolektif, untuk meningkatkan kunjungan. Dengan langkah ini, stabilitas transaksi dan kepercayaan pelanggan di PIPP dapat dipulihkan.

6. *Physical Evidence (Bukti Fisik)*

Untuk memudahkan konsumen mengingat produknya, Usaha Bakso Putra Patria Group memiliki logo yang menarik dengan slogan berbahasa Jawa, "Rasa Tradisional, Cita Rasa Maksimal". Selain itu, guna mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi tentang produk, seperti jenis, harga, dan promo, pemilik usaha juga membuat akun Instagram khusus yang mencantumkan nomor kontak dan alamat email. Setiap pembelian juga akan mendapatkan kartu ucapan terima kasih serta stiker unik yang dikemas dalam kemasan premium.

7. *People (Pelaku Usaha)*

Kepuasan pelanggan merupakan prioritas utama, agar hubungan yang baik dengan konsumen tetap terjalin. Hal ini dapat tercapai melalui pelayanan yang cepat dan akurat, serta responsif dalam menanggapi pesanan konsumen. Selain itu, menjaga kualitas rasa juga sangat penting agar pelanggan kembali dan melakukan *repeat order*. Dengan begitu, Usaha Bakso Putra Patria Group dapat terus berkembang dan membuka cabang-cabang baru di berbagai wilayah.

SIMPULAN

Implementasi strategi bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) pada Usaha Bakso Putra Patria Group menunjukkan upaya yang komprehensif untuk membangun daya tarik dan kepuasan pelanggan. Dalam aspek *Product*, Usaha Bakso Putra Patria Group menawarkan produk bakso berkualitas dengan berbagai varian rasa yang disesuaikan dengan selera konsumen. Dari sisi *Price*, harga yang ditawarkan terjangkau, sehingga dapat mengakses berbagai kalangan. *Place* atau distribusi dilakukan melalui outlet yang strategis serta kemudahan dalam layanan pesan antar, memungkinkan konsumen mendapatkan produk dengan mudah.

Dalam hal *Promotion*, Usaha Bakso Putra Patria Group aktif memanfaatkan media sosial dan promosi langsung untuk menarik pelanggan, sambil menjaga hubungan yang baik dengan konsumen melalui promosi dan event spesial. Untuk aspek *People*, perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk memastikan pelayanan yang ramah dan profesional, yang mendukung pengalaman pelanggan yang lebih baik. *Process* yang efisien juga diimplementasikan dengan sistem pemesanan yang cepat dan penyajian produk yang

tidak memerlukan waktu lama, menciptakan kenyamanan bagi konsumen. Terakhir, *Physical Evidence* berupa desain toko yang menarik dan bersih serta kemasan produk yang rapi memperkuat citra merek Usaha Bakso Putra Patria Group dan memberikan kesan positif bagi pelanggan. Secara keseluruhan, penerapan strategi bauran pemasaran 7P ini berhasil meningkatkan visibilitas merek, kepuasan pelanggan, serta daya saing Usaha Bakso Putra Patria Group di pasar bakso.

SARAN

Untuk menganalisis implementasi strategi bauran pemasaran 7P pada Usaha Bakso Putra Patria Group, dapat dilihat dari beberapa aspek utama. Pertama, kualitas dan variasi produk sangat penting, sehingga Usaha Bakso Putra Patria Group perlu memastikan rasa dan kualitas bakso selalu konsisten, serta mengembangkan variasi produk agar tetap menarik bagi pelanggan. Harga yang kompetitif dan penyesuaian harga untuk segmen pasar yang berbeda juga berperan besar dalam strategi pemasaran mereka.

Lokasi yang strategis dan saluran distribusi yang efisien, seperti layanan pesan antar, akan memudahkan pelanggan. Dalam hal promosi, Usaha Bakso Putra Patria Group perlu memanfaatkan media sosial, *influencer*, dan program loyalitas untuk meningkatkan visibilitas dan retensi pelanggan. Kualitas pelayanan oleh staf juga sangat penting untuk menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mereka harus diperhatikan.

Proses pelayanan yang efisien dan konsisten akan memperkuat kepuasan pelanggan. Terakhir, bukti fisik seperti desain tempat, kemasan produk, dan konsistensi branding sangat mempengaruhi citra merek dan kenyamanan pelanggan. Semua elemen ini perlu dikelola dengan baik agar Usaha Bakso Putra Patria Group dapat terus berkembang dan bersaing di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan)*, 17(2), 6-13.
- Eddles-Hirsch, Katrina. (2015). *Phenomenology and Educational Research. International Journal Of Advanced Research (Ijar)*. V(3). 251-260. [Http://www.journalijar.com/article/5631/Phenomenology-And-Educational-Research/](http://www.journalijar.com/article/5631/Phenomenology-And-Educational-Research/)
- Fairus, F., & Syah, H. (2020). *Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta (Internal Control Analysis Of The Payroll's System And Procedures In Supporting The Efficiency Of Labor Costs In Pt. Pancaran Samudera Transport, Jakarta)*. Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta.
- Peran Simanihuruk S.E, M.Si., Zilfana S.E., M.Si., Antonius S.E. M.Si., (2023) *Memahami Perilaku Konsumen, Strategi Pemasaran Yang Efektif Pada Era Digital Kota Jambi Sumber PT. Sonpedia Publishing Indonesia*
- Rezaldi, M. A., Fauziana, E., & Amri, A. M. (2023). STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN GUDEG JOGJA BU ROTO-BEKASI. *DEVELOP: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(2), 102-110.