

## ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA MASTER BAKERY MEDAN

Meilinda Anhar<sup>1</sup>, Khairunnisa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : [meilindaanhar4@gmail.com](mailto:meilindaanhar4@gmail.com)

<sup>1</sup>Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : [khairunnisa@umsu.ac.id](mailto:khairunnisa@umsu.ac.id)

### ABSTRAK

Setiap perusahaan memasarkan produknya secara berbeda, salah satunya dengan cara menetapkan harga produk dengan tidak mengurangi kualitas produk, pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun indikator yang digunakan in-store display agar menata barang yang mengarah kepada pembeli agar tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinya yaitu: penyajian produk, pengelompokkan produk, dan penyusunan produk. Keputusan pembelian mempunyai berbagai tahapan yaitu: pengenalan masalah, pencari informasi, evaluasi informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi apa yang digunakan dalam bersaing pada Master Bakery Medan. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan unsur kekuatan yang dimiliki Master Bakery dari penelitian lingkungan internal yaitu lokasi yang strategis, pengetahuan dan kemampuan karyawan baik dan reputasi baik. Sedangkan kelemahan Master Bakery saat ini adalah dari segi pemasaran, Master Bakery termasuk usaha baru dikalangan kue dan roti. Dengan hanya mengandalkan pemasaran melalui sosial media. Beda dengan usaha kue dan roti lainnya yang memiliki toko yang tetap dan dapat dilihat secara langsung oleh masyarakat. Unsur peluang yang dimiliki Master Bakery dari penelitian lingkungan eksternal yaitu loyalitas konsumen yang cukup tinggi, hambatan masuknya pendatang baru yang cukup besar, daya tawar pemasok tidak terlalu banyak. Sedangkan ancaman Master Bakery dari penelitian lingkungan eksternal yaitu banyaknya jumlah pesaing, dan banyak pendatang baru.

**Kata Kunci : Master Bakery, Strategi, Produk.**

### ABSTRACT

*Each company markets its products differently, one of which is by setting product prices without reducing product quality, which in turn will affect customer satisfaction. The indicators used in in-store displays to organize goods that lead to buyers being interested in seeing and deciding to buy them are: product presentation, product grouping, and product preparation. Purchasing decisions have various stages, namely: problem recognition, information seekers, information evaluation, alternative evaluation, purchase decisions and post-purchase behavior. The purpose of this study is to find out what strategies are used to compete at Master Bakery Medan. The results in this research show that the element of strength possessed by the bakery master from internal environmental research is a strategic location, good knowledge and skills of employees and a good reputation. While the current weakness of the master bakery is in terms of marketing, master bakery is a new business among cakes and breads. relying solely on marketing through social media. different from other cake and bakery businesses which have a permanent shop and can be seen directly by the public. The element of opportunity possessed by the master bakery from external environmental research is consumer loyalty which is quite high, the barriers to entry of new entrants are quite large, the bargaining power of suppliers is not too much. while the threat of master bakery from external environmental research is the large number of competitors, and many new entrants.*

**Keywords: Master Bakery, Strategy, Product.**

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid – 19 mempengaruhi perekonomian secara signifikan. Tahun lalu seluruh dunia menghadapi penurunan omzet penjualan disebabkan pandemi dan menyebabkan pengaruh yang sangat signifikan karena hampir semua negara melakukan pembatasan mobilitas secara ketat. Saat ini, banyak negara sudah melakukan kelonggaran terhadap mobilitas tersebut. tentunya, ini menjadi ajang untuk memperbaiki penurunan ekonomi yang terjadi. Contoh Sumatera Utara, (Indonesia, 2022). Pertumbuhan ekonomi di Sumatera Utara pada tahun 2022 inflasi di Sumatera Utara akan lebih tinggi dari pada tahun 2021 walaupun masih ada jangka sasaran 3 persen, karena peningkatan inflasi di dorong oleh meningkatnya pendapatan masyarakat seiring dengan semakin pulihnya perekonomian, kemudian penanganan Covid – 19 yang semakin baik dan mendorong mobilitas masyarakat serta permintaan meningkat (News, 2022).

Setiap perusahaan memasarkan produknya secara berbeda, salah satunya dengan cara menetapkan harga produk dengan tidak mengurangi kualitas produk, pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Amanah, 2010). Pertumbuhan ini jelas dapat kita rasakan dengan banyaknya inovasi produk makanan dan minuman pada masa pandemi. Saat masa pandemi Covid –19 menjadikan konsumen dengan mudah untuk membeli makanan dan minuman secara online (News N. , 2022). Maka saat ini penjualan makanan dan minuman menjadi tertinggi di marketplace di Sumatera Utara, karena permintaan di sektor itu terutama meningkat selama pembatasan kegiatan masyarakat. Yang paling banyak di cari pelanggan adalah makanan ringan, minuman, bumbu, dan bahan masakan lainnya (Kompas, 2022). Perusahaan umumnya mengalami kesulitan dalam memahami perilaku konsumen secara tepat. Adapun pertimbangan konsumen dalam membeli sebuah produk umumnya dipengaruhi oleh: karakteristik, sosial, pribadi, di tengah-tengah persaingan yang ketat industri perlu banyak merencanakan strategi agar tetap bisa bersaing dengan kompetitor di jenis industri yang sama (Mindari, 2022). Menurut (Greifi & Rotinsulu, 2015) Kualitas produknya memiliki kualitas yang tinggi karena hanya menggunakan bahan-bahan berkualitas premium sehingga harga roti dan kue Holland Bakery lebih mahal dibanding bakery lain. Selain itu, Holland Bakery juga memberikan kualitas pelayanan yang baik pada konsumennya sehingga konsumen menjadi tidak jera untuk membeli lagi produk Holland Bakery. Holland Bakery juga memiliki lisensi resmi dari Disney Cake Indonesia yang menjadikan Holland Bakery merupakan satu-satunya toko kue di Indonesia yang memilikidesain kue tart disney yang beragam sehingga dapat memenuhi selera konsumen, hingga saat ini. Sedangkan menurut (Setiawan & S.E., M.M., 2012) Toko Roti Ganep Roti Ganep konsisten mempertahankan diri sebagai produsen roti tradisional. Sampai saat ini pun Ganep tetap mempertahankan cita rasanya yang sulit ditiru oleh toko lainnya. Banyak juga yang mencari Roti Kecil sebagai oleh-oleh maupun cemilan di saat bersantai bahkan hingga keluar negeri dan yang selalu dijaga dari generasi ke generasi sehingga rasanya tidak berubah dan selalu menjadi ciri khas. Demikian juga Master Bakery memilih bahan baku yang halal dan berkualitas terbaik. Membentuk Tim Produksi, Tim Pemasaran, dan Tim Kurir yang semuanya profesional dan memberikan layanan terbaik dari sisi online maupun offline. Oleh-oleh khas online dari Medan adalah Tag line Master Bakery untuk menciptakan pasar dengan melakukan pemesanan online.

*In-store display* adalah usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada kue dan roti Master Bakery dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik Instagram dan sosial media lainnya. Berbagai macam promosi yang dilakukan di sosial media agar pemasarannya lebih luas dan penjualannya lebih meningkat. (Alma, 2011). Adapun indikator yang digunakan in-store display agar menata barang yang mengarah kepada pembeli agar tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinya yaitu: penyajian produk, pengelompokan produk, dan penyusunan produk. Keputusan pembelian mempunyai berbagai tahapan yaitu: pengenalan masalah, pencari informasi, evaluasi informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Nurwaidah & Purnama, 2021)

Banyaknya kebutuhan produk *convenience good instan* dan bahan olahan lainnya yang beredar di pasaran, dan banyaknya konsumen muslim di negara Indonesia, maka sangatlah dibutuhkan memperoleh dan mengonsumsi produk-produk yang baik dan menyehatkan atau dapat disebut sebagai produk yang berlabelkan halalan thayyiban (produk yang halal dan baik), serta memiliki jaminan kesehatan. Menindak lanjuti manfaat labelisasi halal, baik yang dikeluarkan oleh MUI maupun dari lembaga lainnya, yang notabene memberikan jaminan kualitas yang baik terhadap produk-produk konsumsi, maka sekiranya penting untuk memilih dan

menggunakan produk konsumsi halal bagi masyarakat Indonesia. Proses pemilihan dan keputusan penggunaan suatu produk oleh konsumen disebut preferensi. Preferensi penggunaan suatu produk oleh konsumen merupakan salah satu perilaku konsumen yang dimulai dari proses pengenalan produk hingga akhirnya memutuskan untuk membeli suatu produk tersebut (Malhotra, 2009) Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa penerapan label halal menjadi salah satu faktor keputusan konsumen dalam membeli suatu produk yang diinginkan. di era globalisasi sekarang ini, setiap perusahaan harus mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.

Master Bakery merupakan perusahaan yang bergerak di industri pembuatan kue dan roti. Beragam macam pilihan kue dan roti seperti aneka kue bolu gulung, kue bolu tart, roti donat dan roti unyil. Master Bakery beralamat di Jalan Karya II Komp. Pemda No, 34 Kelurahan Karang Berombak, Kecamatan Medan Barat Provinsi Sumatera Utara. Daerah tersebut merupakan daerah mudah diakses semua kalangan untuk memasarkan produk makanan dikarenakan wilayah ini merupakan salah satu wilayah padat penduduk dan didukung dengan berbagai sektor seperti perkantoran, tempat perbelanjaan, sekolah, rumah sakit dan lainnya. Saat ini masalah yang ada di Master Bakery adalah dari segi pemasaran. Master Bakery termasuk usaha baru dikalangan usaha kue dan roti lainnya. Dengan hanya mengandalkan pemasaran melalui sosial media. Beda dengan usaha kue dan roti lainnya yang memiliki tempat atau toko yang tetap dan dapat dilihat secara langsung oleh masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba memahami fenomena-fenomena yang terjadi pada Master Bakery Medan dengan mengumpulkan dan mempelajari data-data yang diperoleh dari informan yang telah ditentukan sebelumnya dilapangan selama penelitian. Fenomena yang dimaksud yakni seputar strategi menghadapi persaingan yang diterapkan Master Bakery Medan serta dampak strategi tersebut secara nyata. Semua data yang diperoleh akan diolah dalam bentuk kata-kata sehingga peneliti menggunakan kualitatif deskriptif.

Menurut (Bogdan & Taylor, 1993) adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif adalah berupa kata-kata tertulis atau tulisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Berdasarkan uraian tersebut dapat dikemukakan secara sederhana, bahwa metode penelitian ini berusaha mendeskripsikan strategi bersaing pada Master Bakery Medan yang berperan sebagai objek penelitian berdasarkan data dan fakta sebenarnya, serta menganalisisnya melalui konsep-konsep yang telah dikembangkan sebelumnya dengan peneliti sebagai instrumen itu sendiri dalam memecahkan permasalahannya.

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992) mencakup tiga kegiatan sebagai berikut (Basrowi, 2008):

1. Reduksi data, Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Fungsinya untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi sehingga interpretasi bisa ditarik. Dalam proses ini peneliti benar-benar mencari data yang valid. Ketika peneliti menyangsikan kebenaran data yang diperoleh akan dicek ulang dengan informan lain yang dirasa peneliti lebih mengetahui.
2. Penyajian data, adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, atau bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Dalam proses ini peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok satu, kelompok dua, kelompok tiga, dan seterusnya. Dalam proses ini, data diklasifikasikan berdasarkan teori-teori yang ada.
3. Menarik kesimpulan atau verifikasi, dimana kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin. Kemudian langkah selanjutnya adalah melaporkan hasil penelitian dengan lengkap.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini merupakan proses peneliti lapangan yang telah dilakukan peneliti pada tanggal 1 oktober 2022 dengan pemenuhan persyaratan dari pengurusan surat riset dari Fakultas Agama Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, hingga persetujuan Master Bakery Medan “Analisis Strategi Bersaing Pada Master Bakery Medan”.

Strategi perusahaan merupakan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Tujuan akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan minimalisir keterbatasan bersaing. Strategi bersaing merupakan suatu pendekatan jangka panjang yang digunakan suatu bisnis untuk memperoleh keunggulan kompetitif dimata target konsumen mereka. Dengan menyusun strategi bersaing yang efektif akan membantu perusahaan dalam mengembangkan, meningkatkan dan memanfaatkan satu atau lebih keunggulan bersaing.

### 1. Kepemimpinan Biaya Menyeluruh

Hal ini dapat dilakukan master bakery dengan memberikan harga murah sehingga dapat menjual dengan jumlah yang banyak.

### 2. Diferensiasi

Kualitas roti dan bolu gulung setelah selesai produksi langsung diantar sesuai orderan dan diberikan free ongkir sekota medan. namun, bedanya pasti kita memberikan kualitas terbaik namun dengan harga yang bisa dijangkau siapa saja. Variasi kita juga tidak kalah menarik dari pesaing lainnya. Jadi konsumen dapat mencoba aneka ragam kue dan roti yang kita punya. Master bakery juga memiliki kemampuan dan karakteristik karyawan yang berintegarsi, bertanggung jawab dan memiliki loyal terhadap perusahaan. Tentunya dibidangnya, tujuannya adalah demi menjaga kualitas dan kuantitas roti atau bolu gulung hingga dapat dipasarkan. Pastinya lebih efektif jika team master bakery merupakan orang-orang yang berpengalaman.

### 3. Fokus

Master bakery memasarkan hasil produknya ke semua kalangan, sehingga harganya disesuaikan dengan jenis-jenis roti yang akan dipasarkan.

### 4. Kesempurnaan Operasional

Dari teori diatas sudah berlaku di master bakery dengan menjaga kualitas produk, mempertahankan harga dan memperbanyak promosi/iklan di media sosial namun master bakery selalu mengeluarkan inovasi yang dievaluasi terlebih dahulu oleh team. Jika produk tersebut menurut kami menjadi peluang kedepannya tentu master bakery akan pasarkan jadi ide baru itu harus dikembangkan. Master bakery juga selalu menjaga kesterilan dari alat-alat yang mereka pakai, bahan-bahan baku yang kita gunakan dalam bahan baku yang premium dan berkualitas, sehingga berfungsi menjaga kualitas bolu gulung yang dijual, peralatan yang digunakan sangat lengkap dan selalu menjaga kebersihan dan master bakery selalu mengevaluasi setiap perubahan dan lainnya, tentunya master bakery tidak akan membuat customer kecewa dengan ikut menaikkan harga ataupun menurunkan kualitas, master bakery dapat memikirkan dengan berbagai macam promosi sehingga konsumen tertarik.

### 5. Keintiman Pelanggan

Dari teori diatas sudah berlaku di master bakery dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan harga promosi ke konsumen dan kepuasan konsumen tentunya menjadi utama bagi kami, cara kami tentunya selain mempromosikan di media sosial, kami juga memberikan tester bagi pelanggan baru untuk mencoba produk kami, dan selalu mengikuti kegiatan pameran sehingga relasi juga semakin banyak. Master bakery juga selalu memberikan harga promosi atau diskon kepada customer master bakery atau komunikasi dengan baik dan memberikan pelayanan yang baik kecustomer sehingga customer merasa nyaman. Kunci kenyamanan master bakery terhadap pelanggan adalah master bakery tidak akan merubah rasa ataupun menurunkan kualitas produk sehingga pelanggan selalu mengingat kenikmatan yang pada kue.

### 6. Kepemimpinan Produk

Dari teori diatas sudah berlaku dimaster bakery karena master bakery selalu mengiklankan via media sosial, seperti intagram, facebook dan lain-lainnya. dan promo-promo menarik juga master bakery berikan, jadi rasa ingin taunya lebih dengan master bakery. Namun master bakery juga melakukan promosi online diinstagram, iklan facebook, dan memfollow up konsumen terkait saran dari bolu gulung dan roti yang dijual.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data dan pembahasan diatas maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Unsur kekuatan yang dimiliki master bakery dari penelitian lingkungan internal yaitu lokasi yang strategis, pengetahuan dan kemampuan karyawan baik dan reputasi baik. Sedangkan kelemahan master bakery saat ini adalah dari segi pemasaran, master bakery termasuk usaha baru dikalangan kue dan roti. Dengan hanya mengandalkan pemasaran melalui sosial media. Beda dengan usaha kue dan roti lainnya yang memiliki toko yang tetap dan dapat dilihat secara langsung oleh masyarakat.
2. Unsur peluang yang dimiliki master bakery dari penelitian lingkungan eksternal yaitu loyalitas konsumen yang cukup tinggi, hambatan masuknya pendatang baru yang cukup besar, daya tawar pemasuk tidak terlalu banyak. Sedangkan ancaman master bakery dari penelitian lingkungan eksternal yaitu banyaknya jumlah pesaing dan pendatang baru.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Terimakasih kami sampaikan kepada dosen pembimbing atas bantuannya sehingga jurnalnya selesai, terimakasih kepada para teman lainnya atas dukungannya dalam menyelesaikan artikel jurnal ini dalam bentuk materil ataupun tenaga. Baik dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan artikel ini. Semoga jurnal ini dapat sebagai referensi dan bermanfaat untuk orang lain terkhusus pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, B. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Kesembilan Ed.). Bandung: Alfabeth.
- Amanah, D. (2010). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan. *Journal Keuangan & Bisnis*, 71-87.
- Bogdan, & Taylor. (1993). *Introduction to Qualitative Research Methods A Phenomenological Approach to The Social Sciences*. Ter. AriefFurchan. Surabaya: Usaha Nasional.
- Greifi, L., & Rotinsulu, J. J. (2015). Analisis Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. *Jurna lEmba*, 1291 - 1302.
- Indonesia, B. (2022, Juni 03). Laporan Perekonomian Provinsi Sumatera Utara Mei 2021. Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Pages/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Sumatera-Utara-Mei-2021.aspx>
- Kompas. (2022, 02 25). Makanan dan Minuman Paling Banyak Terjual di "MarketPlace" sumut. Retrieved from Medan. Kompas: <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2022/02/24/makanan-dan-minuman-paling-banyak-terjual-di-marketplace-sumut>
- Malhotra, N. K. (2009). Riset Pemasaran. Jakarta: Indeks.
- Mindari, E. (2022). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan PembelianProduk Roti Isi Krim Durian (Jordan Bakery) di Desa Rantau Sialang Kecamatan Sungai Keruh. *Journal Ekonomika* , 16.
- News, N. (2022, 04 18). Sejumlah Sektor Industri di Sumut Mulai Pulih Ini Pemicunya. . Retrieved from netral news.com: <https://www.netralnews.com/sejumlah-sektor-industri-di-sumut-mulai-pulih-ini-pemicunya-q3c9in/YU44cUdyd0psbmJIZUhMNVROM3V0dz09>
- Nurwaidah, &Purnama, I. (2021). Pengaruh In - Store Display Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Bolly Bakery). *Journal Scientific Of Mandalika*, 7.
- Setiawan, M. F., & S.E., M.M., E. J. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganeps di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 - 6.