

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO KUE HJ.ENONG KOTA MARTAPURA

Murdianti

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN
(UNISKA) MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARI BANJARMASIN
Murdiyantii.62@gmail.com/083110441592

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada Toko Hj Enong Bakery dalam meningkatkan volume penjualannya. Untuk mengetahui hasil analisa kekuatan (*Strenght*),Kelemahan (*Wekness*) , Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threat*) serta gambaran strateginya sehingga dapat diaplikasikan untuk meningkatkan penjualan produk.dengan menggunakan Teknik SWOT, EFAS,dan IFAS serta diagram Cartesius. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif, yaitu studi kasus yangmenghasilkan data-data deskriptif yang dituangkan dengan kata-kata. Teknik pengumpulan data ini penulis melakukan wawancara pribadi dengan HRD/Personalia yaitu Bapak Hafizi dengan langsung mengunjungi ketempat kerja di Toko pusat HjEnong Bakery penulis mendapatkan berbagai informasi lengkap dengan cata-data penjuln beberapa bulan yang lalu. Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada strategi pemasaran Toko Hj Enong Bakery adalah perusahaan sudah melakukan strategi pemasaran dengan benar dan tepat dn pada perhitungan analisis SWOT yang dituangkan pada diagram cartesius proderma berada di posisi kuadran 1 yaitu *Growth* (Perkembangan).yang mana perusahaan dapat mengembangkan dan mempertahankan serta meningkatkan kualitas produk agar konsumen terus percaya pada produk kuenya. Pada hasil analisa SWOT kekuatan (*Strenght*) mempunyai hasil 2,41 ,Kelemahan (*Wekness*) mendapatkan hasil 0,66, Peluang (*Opportunities*) mendapatkan hasil 2,83, dan Ancaman (*Threat*) mendapatkan hasil 0,60. Kesimpulan dari penelitian ini adalah a)Strategi Produk : strategi yang digunakan dengan membuat berbagai maacamenis kue. b)Stategi Harga : memberikan harga yang murah dengan memperkecil tingkat keuntungan.c)Strategi promosi : memberikan diskon atau potongan harga pada saat pembukaan cabang baru dan menggunkan media online.d)Strategi tempat: menyediakan banyak cabang dibagian pusat kota di Kalimantan selatan. Untuk meningkatkan suatu perusahaan atau toko memang harus mempunyai banyak cara dan strategi agar bisa berkembang dengan baik dan selalu pada titik yang tumbuh berkembang. Strategi yang dilakukan Toko Hj Enong Bakery sudah sangat baik namun ada beberapa yang harus dikembangkan lagi seperti membuka cabang diluar daerah agar bisa lebih terkenal lagi bukan hanya didaerah Kalimantan Selatan dan sekitarnya saja.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Volume Penjualan, Analisis SWOT, EFAS,IFAS, diagram cartesius, dan matrik SWOT

ABSTRACT

This research aims to analyze the marketing strategy at Hj. Enong Bakery in increasing sales volume. To find out the results of the analysis of strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats and a description of the strategy so that it can be applied to increase product sales by using SWOT, EFAS, and IFAS techniques and Cartesian diagrams. This research uses a qualitative method, which case study that produces descriptive data that is transferred in words. Data collection technique the researcher conducted a personal interview with HRD / Staffs, namely Mr. Hafizi by directly visiting the workplace at the Hj. Enong Bakery center shop, the researcher get a variety of complete information with sales data a few months ago. The conclusion from the analysis carried out on the marketing strategy of Hj. Enong Bakery Shop is that the company has carried out the marketing strategy properly, precisely and in the calculation of the SWOT analysis as outlined in the cartesius proderma diagram is in quadrant 1 that is Growth. Which companies can develop and maintain and improve product quality so that consumers continue to believe in their cake products.On the results of the SWOT analysis, strength has a result of 2.41, Weakness gets a result of 0.66, Opportunities get a result of 2.83, and Threat gets a result of 0.60. The conclusions of this research are a) Product Strategy: the strategy used by making various types of cakes. b) Price strategy: providing low prices by minimizing the level of profit. c) Promotion strategy: providing discounts or discounts when opening new outlets and using online media. d) Placement strategy: providing many outlets in the city center in South Kalimantan. To improve a company, it is better if the store necessity to have properly strategies. The strategy carried out by Hj Enong Bakery is already very good, but there are some that must be developed again such as opening branches outside the region so that they can be more famous, not only in the South Kalimantan area and around it.

Keywords: Marketing Strategy, Sales Volume, SWOT Analysis, EFAS, IFAS, Cartesian Diagram, and SWOT Matrix

PENDAHULUAN

Hj. Enong diambil dari nama depan sang istri yaitu “Nur” yang mana kebiasaan masyarakat setempat memanggil nama Nur diganti dengan nama “Enong”. Kesuksesan yang kini telah dicapai oleh Ibu Nurhayati dan suami adalah tidak semudah membalik telapak tangan. Mereka juga telah melewati banyak lika-liku yang tajam, hingga mencapai pencapaian saat ini. Usahanya kini sudah memiliki 8 cabang, yaitu 3 cabang di Martapura, 4 cabang di Banjarmasin dan 1 cabang di Banjarbaru, yakni Martapura: Pusat Perbelanjaan Sekumpul Jl. A Yani KM 39 Martapura, Jl. A Yani KM 40 Martapura, Jl. Sekumpul No 5 Martapura. Banjarmasin: Jl. Kampung Melayu Darat, Banjarmasin Tengah, Jl. BrigJend. Hasan Basri, No 4B, Sungai Miai, Banjarmasin Utara, Jl. Mayjend Sutoyo Banjarmasin. Banjarbaru: Jl. A Yani KM 35 Banjarbaru.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuannya dari sebuah perusahaan. Sehingga untuk menjalankan sebuah usaha diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Makanan pokok yang sangat diperlukan manusia untuk mencukupi nutrisi tubuh setiap harinya, seperti nasi, kue, buah-buahan, sayur-sayuran dan lainnya yang sangat penting bagi manusia sangat cocok untuk dijadikan sebuah usaha yang mampu bersaing di Indonesia. Penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Mini Market Martapura Belitung Banjarmasin permasalahan yang timbul dan menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi manajemen yang telah dijalankan perusahaan guna meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dengan adanya tujuan itu secara tidak langsung pula dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan selanjutnya demi perkembangan dan kemajuan perusahaan. Penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. DOSNIROHA Banjarmasin Untuk mengatasi permasalahan tersebut di atas, maka perusahaan seharusnya mengambil strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan dana yang dimiliki. Selain itu perusahaan juga harus mengevaluasi kegiatan pemasaran yang telah dilaksanakan yaitu personalia selling dan pemasaran langsung. Jadi promosi yang ada tersebut harus digiatkan dan menambah promosi yang relative murah dan efektif yakni melalui periklanan. Penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk PT. Proderma Sukses Mandiri Berdasarkan analisis internal dan eksternal perusahaan beserta diagram cartesius dapat diperoleh bahwa yang menjadi strategi utama dari PT. Proderma Sukses Mandiri adalah strategi Growth, yang mana PT. Proderma Sukses Mandiri dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar masyarakat terus percaya pada produk Proderma. Lalu memperdalam jalinan dengan mitra guna menciptakan hubungan dengan baik serta membuat promosi yang menarik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya menjaga kesehatan kulit. Berdasarkan matrik SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan factor internal dan eksternal perusahaan yang didapat bermanfaat bagi kemajuan PT. Proderma Sukses Mandiri.

METODE

Metodologi penelitian adalah suatu langkah untuk mengumpulkan informasi atau data baik berupa primer atau sekunder dan melakukan investigasi pada data yang di dapatkan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Metode penelitian memberikan gambaran rancangan penelitian yang meliputi antara lain, prosedur dan langkah – langkah yang harus ditempuh, waktu penelitian, sumber data, dan dengan langkah apa data tersebut di peroleh. Dalam penyusunan skripsi ini menggunakan beberapa metode penelitian di antaranya:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu mendefinisikan metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati, Boda Taylor (1975).

2. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Kue Hj. Enong yang beralamat di Jl. Martapura Lama Desa Pekauman Ulu no. 38 Kecamatan Martapura Timur Kabupaten Banjar Kode Pos 70611 penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga lima bulan kedepan sampai selsesainya pengambilan data untuk penyusunan penelitian.

3. Data yang diperlukan

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Sejarah berdirinya Toko Kue Hj. Enong
- 2) Struktur organisasi Toko Kue Hj. Enong
- 3) Data lain yang mendukung penelitian ini, seperti data penjualan dan data harga.

4. Sumber data dan teknik pengumpulan data

(1) Penelitian pustaka

Data yang di peroleh dengan cara studi kepustakaan yaitu dengan teknik pengumpulan data – data dengan mengacu pada buku – buku, materi dalam kuliah, laporan – laporan penelitian dan pendapat para ahli yang dianggap mempunyai hubungan dengan penelitian ini, yang dapat dijadikan sumber data sehingga dapat di pergunakan sebagai acuan dan dasar analisis penelitian ini.

(2) Penelitian lapangan

Dalam penelitian ini metode pengambilan data yang digunakan adalah metode primer yaitu pengumpulan yang di peroleh dari Toko Kue Hj. Enong secara langsung dan bersangkutan dengan permasalahan pemasaran yang di kemukakan yang kemudian di analisis. Beberapa penelitian yang di lakukan dengan cara:

(1) Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung pada pihak yang mempunyai Toko Kue Hj. Enong, untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh tentang kegiatan strategi pemasaran yang di lakukan oleh Hj. Enong

(2) Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara kunjungan dan pengamatan langsung pada Hj. Enong yang beralamat di Jl. Martapura Lama Desa Pekauman Ulu no. 38 Kecamatan Martapura Timur Kabupaten Banjar Kode Pos 70611. Hal ini sudah dilakukan selama penelitian berlangsung.

(3) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mendapatkan data yang telah ada dan telah dibukukan sebelumnya berupa data penjualan dari tahun ke tahun, struktur organisasi perusahaan, yang sangat penting bagi penelitian ini.

5. Analisis data

Analisis data yang digunakan dengan menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif yaitu mengumpulkan dan menganalisis data yang di peroleh dari Hj. Enong yang kemudian di hubungkan dengan teori – teori dalam manajemen pemasaran khususnya tentang strategi pemasaran. Pada penelitian ini di gunakan salah tiga tahap analisis yaitu :

- 1) Tahap pengumpulan data (evaluasi faktor internal dan eksternal)
- 2) Tahap analisis (Analisis EFAS, EFAS Dan Matrik SWOT)
- 3) Tahap pengambilan keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan dan dibuat dalam bentuk penyajian data, maka analisis berikut ini adalah menjawab rumusan masalah yang ada pada bab sebelumnya. Adapun analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) *Product* (Produk)
- 2) *Price* (Harga)
- 3) *Promotion* (Promosi)
- 4) *Place* (Tempat)

1. Analisis *Product* (Produk)

Adapun jenis produksi Hj. Enong Bakery yaitu:

1) Bolu Gulung

Bolu gulung Hj. Enong adalah salah satuproduksi beliau yang sangat dikenal banyak orang dan sangat disukai banyak orang (best seller) bolu gulung ini diisi dengan selai nanas atau strawberry, bolunya pun tersediadengan berbagai rasa seperti moka, pandan, dan vanila. Produk Hj Enong yang satuini sangat diminati warga Kalimantan Selatan dan biasa digunakan untuk oleh-oleh atau parcel lebaran dll.

2) Brownis Kukus

Brownis kukus ini juga termasuk salah satu kue yang sangat disukaipara pelanggan Hj Enong Bakery. Brownis kukus ini tersedia dalam dua rasa ada yang rasa coklat dan pandan didalam lapisan brownis tersebut dibalut dengan selai coklat yang membuat rasa semakin enak.

3) Roti Manis

Brownis kukus ini juga termasuk salah satu kue yang sangat disukaipara pelanggan Hj Enong Bakery. Brownis kukus ini tersedia dalam dua rasa ada yang rasa coklat dan pandan didalam lapisan brownis tersebut dibalut dengan selai coklat yang membuat rasa semakin enak.

2. Analisis *Price* (Harga)

Dalam penyajian harga Hj Enong sudah menerapkan harga yang murah atau terjangkau,karena pangsa pasar Hj Enong Bakery adalah masyarakat menengah kebawah.

Kue Bolu gulung Hj Enong sangat terkenal dikalangan masyarakat di Kalimantan Selatan. Kue ini lars manis dan menjadi oleh-oleh wajib warga yang hendak pulang kedaerahnya.

Tidak heran dalam satu hari, rumah produksi kue bolugulung Hj Enong di Desa Pekauaman Kecamatan Martapura Timur membuat sedikitnya 2000 kue Bolu Gulung.

Menurut suamiHj Enong,H Abdul Hamid keunggulan Bolu Gulung Hj Enong ini sehingga laris karena selainsangat lezat harga juga sangat terjangkau. H. Abdul Hamid mengatakan bahwa mereka akan tetap menjaga kualitas harga karna pangsa pasar mereka adalah rakyat menengah kebawah dan banyak masyarakat

yang membeli setelah itu dijual kembali, H. Hamid bersyukur bisa berbagi rezeki dengan produk yang dijualnya. (dikutip dari Artikel BanjarmasinPost.co.id Jum'at 15 Desember 2017)

3. Analisis *Promotion* (Promosi)

Semua usaha yang dilakukan pemasar untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam usaha demi menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen. Adapun jenis-jenis promosi yang dilakukan Toko Hj Enong Bakery adalah :

1. Informasi dari mulut ke mulut

Informasi dari mulut ke mulut ini adalah hal sederhana dari promosi Hj Enong Bakery. Karena dari hasil informasi ini orang yang sudah merasakan kue Hj Enong akan dapat menyampaikan perasaan mereka saat mencicipi kue tersebut, sehingga dapat membuat pendengar menjadi penasaran dan ingin mencobanya.

2. Memperbanyak cabang

Dalam hal promosi ini Toko Hj Enong Bakery memperbanyak cabang Toko di berbagai wilayah di Kalimantan selatan sehingga mempermudah para pembeli untuk menemukan Toko Hj Enong Bakery tersebut.

3. Promo Discount

Dalam hal promo diskon ini Hj Enong selalu mengadakan diskon pada saat mereka membuka cabang yang baru, agar memberitahu pelanggan cabang yang baru dibuka, dan menarik perhatian pelanggan baru atau yang belum pernah membeli kue Hj Enong Bakery.

4. Analisis *Place* (Tempat)

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan Toko Hj. Enong masih menerapkan strategi seperti saluran pemasaran (*marketing channels*) diantaranya pelayanan terhadap konsumen penyusunan barang yang rapi yang mudah dijangkau.

Selanjutnya strategi distribusi fisik (*physical distribution*) perusahaan juga harus lebih cermat dalam mengambil suatu keputusan dalam mendirikan perusahaan. Artinya tempat untuk mendirikan Toko hendaklah strategis yang selalu berada pada pusat keramaian dan mudah diakses oleh berbagai macam kebutuhan.

Dengan kemajuan usaha yang baik, ibu Nurhayati dan bapak Abdul Hamid sudah mempunyai 9 cabang yaitu 4 cabang di Martapura, 1 cabang di Banjarbaru, dan 4 cabang di Banjarmasin. Adapun alamat dari cabang-cabang Toko Hj Enong Bakery adalah:

1. Rumah Produksi Jl. Pekauman Ulu Martapura Lama RT.04 RW.02 No.38 Telp. 05114721255/08225618322
2. Jl.A.Yani Km 39 Martapura seberang Polres Kab.Banjar Telp.085100581111
3. Jl.A.Yani Km 40 samping kimia farma Martapura Telp. 081317244412
4. Jl. Sekumpul no.5 Telp.08780948697
5. Jl. A. Yani Km 35 Samping apotek Kimia Farma Banjarbaru Telp. 082154025550
6. Jl. Brig Jend Hasan Basrino 4b Sungai Miai Banjarmasin Telp 082256304440
7. Jl. Kampung melayu darat Banjarmasin Telp. 082350306526
8. Jl.Mayjend Sutoyo S,Teluk dalam Banjarmasin dekat lampu merah simpang 5 Kamboja Telp. 0852500008798
9. Jl. Trans Kalimantan, Handil Bakti Kecamatan Alalak samping Bank BTN Telp 082256065551

Table 1 : IFAS

Indikator	Bobot item	Rating	Bobot X rating
Kekuatan			
Harga produk yang murah	0,163	4	0,652
Struktur organisasi yang kuat	0,142	4	0,568
Kondisi keuangan baik	0,157	3	0,471
Jumlah penjualan yang meningkat	0,152	3	0,456

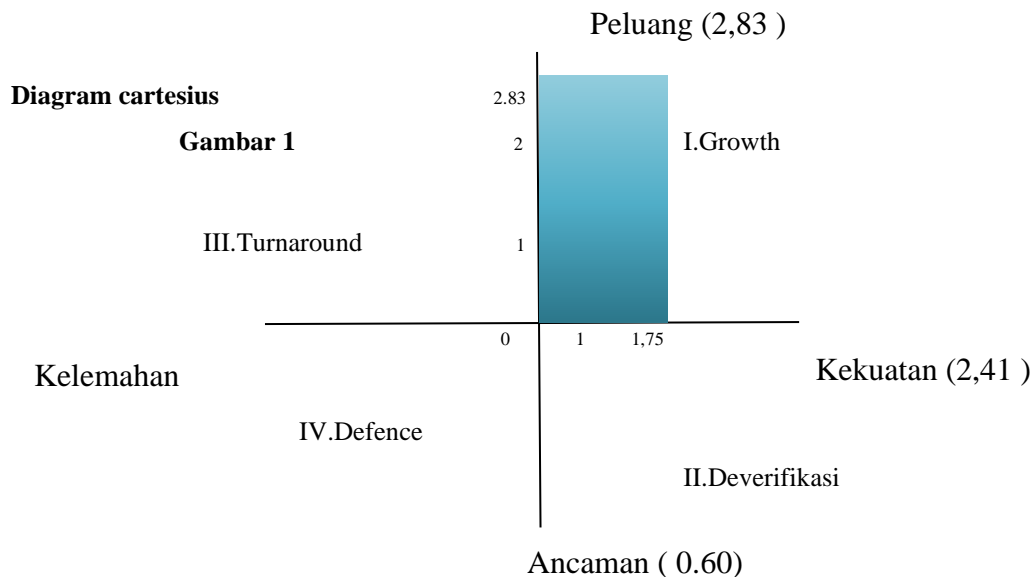
Loyalitas karyawan tinggi	0,131	2	0,262
Rata-rata bobot			2,41
Kelemahan			
Cabang toko hanya di Kalimantan	0,058	2	0,116
Pembuatan kue kurang inovasi	0,052	2	0,104
Tingkat pendidikan SDM masih rendah	0,079	3	0,237
Kurangnya promosi	0,066	3	0,198
Rata-rata bobot			0,66

Table 2 : EFAS

Indikator	Bobot	Rating	Bobot item
Peluang			
Bertambahnya pendapatan perkapita penduduk	0,144	4	0,576
Akses yang mudah dalam hal transportasi/berbelanja	0,163	4	0,652
Daerah akan semakin ramai	0,156	4	0,624
Jumlah penduduk meningkat	0,132	4	0,528
Semakin banyak penitipan kue ditoko	0,151	3	0,453
Rata-rata bobot			2,83
Ancaman			
Semakin banyak pesaing yang membuat kue serupa	0,043	1	0,043
Penyewaan tempat yang semakin meningkat	0,036	2	0,072
Munculnya kue-kue berinovasi	0,053	2	0,106
Ketidak stabilan ekonomi	0,060	3	0,180
Ketertarikan masyarakat yang berkurang	0,065	3	0,195
Rata-rata bobot			0,60

Dari hasil analisis **table 4.5** faktor kekuatan mempunyai total nilai **2,41** dan factor kelemahan mempunyai nilai **0,66**.

Dan pada **table 4.6** menunjukkan bahwa untuk faktor peluang mempunyai nilai 2,83 dan faktor ancaman mempunyai nilai **0,60**. Maka diketahui nilai kekuatan diatas dan nilai kelemahan selisih (+) **1,75** dan nilai peluang diatas nilai ancaman selisih (+) **2,23**. Dari hasil identifikasi factor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT.



Sumber : *Diagram cartesius Hasil Pengolahan Data Internal dan Eksternal pada Toko Hj. Enong Bakery*

Dari gambar diagram cartesius diatas jelas sekali bahwa toko Hj Enong Bakery berada pada Pengembangan yang dapat meningkatkan penjualan.

1. Strategi SO(Mendukung strategi Growth)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO yang dilakukan oleh Toko Hj Enong Bakery adalah :

- 1) Memanfaatkan kekuatan Toko seperti : Harga produk yang murah
- 2) Meningkatkan kualitas produk dengan berinovasi
- 3) Kondisi keuangan baik
- 4) Memperluas akses berbelanja
- 5) Memperbanyak bentuk promosi

2. Strategi ST(mendukung strategi Diverifikasi)

Strategi ini adalah strategi dalam perusahaan untuk mengatasi ancaman yaitu :

- 1) Membuat harga yang murah dan terjangkau
- 2) Memperluas koneksi dalam bidang pembangunan untuk menyewa tanah atau tempat
- 3) Memperbanyak jenis kue yang bervariasi
- 4) membuat produk baru menarik minat konsumen untuk mencoba.
- 5) Mempertahankan pengorganisasian

3. Strategi WO(mendukung strategi Turn-Around)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO yang dilakukan yaitu :

1. Memperbanyak cabang diluar daerah
2. Mengolah kue lebih banyak dan berinovasi
3. Memperdalam ilmu pendidikan SDM
4. Memperluas jaringan promosi

4. Strategi WT (mendukung strategi)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi WT yang diimpuh adalah :

1. Memperluas cabang toko agar mampu bersaing
2. Mempersiapkan karyawan yang berpotensi
3. Membina SDM agar mampu menghadapi dunia globalisasi
4. Mempersiapkan strategi untuk menghadapi ketidakstabilan ekonomi masyarakat

Berdasarkan hasil analisis SWT yang dilakukan bahwa Toko Hj Enong Bakery memiliki kekuatan yang dapat dipakai pada strategi tertentu serta memanfaatkan peluang yang tepat serta secara bersamaan meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada .

Posisi ini sangat menguntungkan toko dengan memperbaiki kondisi di atas rata-rata kemampuan sehingga Toko Hj Enong Bakery dapat mengendalikan pra pesaing yang ada maupun pesaing yang memiliki kekuatan.

Didalam pandangan konsep pemasaran merupakan hal yang sederhana dan secara intuisi merupakan filosofi yang menarik. Tujuan toko ini dicapai melalui keputusan konsumen yang diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen di penuhi melalui produk yang dipasarkan oleh toko.

PENUTUP

Berdasarkan uraian yang telah di kemukakan pada bab-bab ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan yaitu :

- 1) Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa TokoHj Enong Bakery memiliki strategi-strategi dalam meningkatkan volume penjualan yaitu:
 - (1) Strategi Produk : strategi yang digunakan dengan membuat berbagai macam jenis kue.
 - (2) Strategi Harga : memberikan harga yang murah dengan memperkecil tingkat keuntungan.
 - (3) Strategi promosi : memberikan diskon atau potongan harga pada saat pembukaan cabang baru dan menggunakan media online.
 - (4) Strategi tempat: menyediakan banyak cabang dibagian pusat kota di Kalimantan selatan.
- 2) Berdasarkan dari analisis internal dan eksternal beserta diagram cartesius yang dikalkukan di Toko Hj Enong Bakery saat ini berada pada strategi *Growth* (pengembangan). Dimana keputusan yang akan diambil yaitu mengembangkan tokonya dengan cara meningkatkan kualitas dan mempertahankan harga dan memperbanyak promosi.

Untuk meningkatkan suatu perusahaan atau toko memang harus mempunyai banyak cara dan strategi agar bisa berkembang dengan baik dan selalu pada titik yang tumbuh berkembang.

Strategi yang dilakukan Toko Hj Enong Bakery sudah sangat baik namun ada beberapa yang harus dikembangkan lagi seperti membuka cabang diluar daerah agar bisa lebih terkenal lagi bukan hanya didaerah Kalimantan Selatan dan sekitarnya saja

Untuk inovasi kue juga bisa mengikuti perkembangan zaman sekarang yang mana sangat banyak sekali bermunculan ide-ide kue baru yang mungkin dapat menarik rasa penasaran konsumen untuk mencoba namun tidak melupakan cirikhas dari toko Hj Enong Bakery yaitu Bolu Gulung yang sangat diminati konsumen selama berdirinya toko mereka.

REFERENSI

- ENY KUSTIYAH & IRAWAN Jurnal "HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN VOLUME PENJUALAN DI PASAR MALAM NGARSOPURA SURAKARTA " 22 Maret 2016
<https://media.neliti.com/media/publications/115939-ID-hubungan-bauran-pemasaran-dengan-volume.pdf>
- Gumelar Ardiansyah 26 Desember 2019 <https://guruakuntansi.co.id/strategi-pemasaran/>
<http://arnotblogspotvolumepenjualan.blogspot.com/2016/03/pengertian-volume-penjualan-menurut.html> 26 Maret 2016
- Irwan sahaja 23 Mei 2014 <https://irwansahaja.blogspot.com/2014/05/volume-tujuan-dan-faktor-yang.html>
- Sugi Priharto Agustus 2019 <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-pemasaran-fungsi-dan-jenis-pemasaran-dalam-bisnis/>
- Tsalis Annisa 26 Juni 2020 <https://www.ekrut.com/media/jenis-strategi-pemasaran>