

# BAURAN PEMASARAN PADA TOKO AUDYA *FOOTWEAR* SUKABUMI

**Riska Purnama Rahayu<sup>1</sup>, Ganjar Praputra<sup>2</sup>**

Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik  
Sukabumi Jalan Babakan Sirna No.25 Kota Sukabumi  
Jawa Barat  
riskaprahayu1209@gmail.com

---

---

## Abstrak

Bauran Pemasaran merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bauran pemasaran, kendala-kendala dan solusi dari permasalahan yang dihadapi pada Toko Audya Footwear Sukabumi. Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan pada Toko Audya Footwear Sukabumi. Adapun metode penelitian yang dilakukan pada Toko Audya Footwear Sukabumi yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif didasarkan atas pengamatan objektif yang menghasilkan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Pentingnya pemasaran menyebabkan pelaku usaha berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai keberhasilan yaitu dengan cara melakukan berbagai macam strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Audya Footwear Sukabumi yaitu dengan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 4p yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).

**Kata kunci:** Bauran Pemasaran, Audya Footwear

## *Abstract*

*Marketing Mix is a strategy implemented by a company, which is related to determining how the company presents product offerings to certain market segments, which are its target market. The purpose of this research is to determine the marketing mix, obstacles and solutions to the problems faced at the Audya Footwear Sukabumi Store. The formulation of the problem in this research is how to implement the marketing mix at the Audya Footwear Sukabumi Store. The research method carried out at the Audya Footwear Sukabumi Store is a quantitative method with a descriptive approach based on objective observations which produces data collection techniques through observation, interviews and literature study. The importance of marketing causes business people to try as hard as possible to achieve success, namely by implementing various kinds of marketing strategies. The marketing strategy carried out by Audya Footwear Sukabumi Store is with a 4p Marketing Mix, namely Product, Price, Place and Promotion.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Audya Footwear*

---

---

## I. PENDAHULUAN

Sepatu merupakan salah satu jenis alas kaki. Kegunaan sepatu adalah untuk melindungi kaki agar tidak kotor dan juga melindungi kaki agar tidak terluka oleh benda dari luar yang membahayakan. Sepatu merupakan salah satu perlengkapan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam berbagai macam hal, baik untuk kehidupan sehari-hari maupun kebutuhan resmi seperti untuk sekolah, bekerja, pergi ke pesta dan lain sebagainya.

Bauran pemasaran memiliki peran sangat penting di perusahaan atau organisasi karena untuk mencapai keberhasilan atau kesuksesan perusahaan tersebut. Keberhasilan setiap perusahaan dalam memasarkan produk tidak lepas dari perencanaan strategi pemasaran yang matang serta menggabungkan elemen-elemen yang ada di bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Khususnya dalam menjalankan kegiatan pemasaran untuk memperoleh profit.

Audya *Footwear* merupakan toko sepatu yang berlokasi di Kabupaten Sukabumi dengan menjual berbagai jenis sepatu dewasa serta anak seperti sepatu sekolah, sepatu olahraga, sepatu santai dan lain-lain. Adapun berbagai merk yang dipasarkan di Audya

*Footwear* seperti Adidas, Nike, Vans, Ventela, Converse dan lain-lain.

Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang dilakukan oleh toko Audya *Footwear*
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh toko Audya *Footwear* dalam memasarkan produknya.
3. Untuk mengetahui dan menemukan solusi dari kendala yang dihadapi oleh toko Audya *Footwear*

## II. METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Creswell dalam Adhi Kusumastuti (2020:2) metode penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Menurut Nasir dalam Ajat Rukajat (2018:1) metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Adapun

teknik pengumpulan data antara lain:

1. Observasi  
Dalam hal ini Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian yaitu ke Toko Audya *Footwear*.
2. Wawancara  
Wawancara adalah proses pengumpulan data dengan cara bertanya langsung, agar mendapatkan informasi yang tepat. Dalam metode ini penulis melakukan tanya jawab atau mengajukan pertanyaan kepada pemilik usaha Toko Audya *Footwear*.
3. Studi Pustaka  
Dalam hal ini Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu dengan cara mencari dan mengumpulkan data atau informasi melalui sumber buku maupun jurnal sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan informasi yang baik dan mampu mempunyai keterkaitan dengan judul penelitian Tugas Akhir.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bauran pemasaran yaitu kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Bauran pemasaran sangatlah dibutuhkan dalam hal memasarkan produk yang dijual. Karena dengan munculnya pesaing-pesaing yang secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap target pasar dan target penjualan. Pada setiap langkah atau variabel, Audya *Footwear* Sukabumi memiliki strategi yang digunakan, tetapi ada kendala yang berbeda serta harus ditanggapi dengan solusi yang baik agar Audya *Footwear* Sukabumi ini mendapatkan kemajuan serta progresif yang baik di setiap bulannya.

Berdasarkan hasil penelitian penulis, strategi pemasaran yang digunakan oleh Audya *Footwear* Sukabumi adalah bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 4P, yaitu yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

### Produk (*Product*)

Produk yang dijual di Toko Sepatu Audya *Footwear* yaitu berupa sepatu *sneakers* yang dapat digunakan untuk sekolah, bekerja, berolahraga, dan lain sebagainya. Produk yang dipasarkan oleh Toko Audya *Footwear* ini berupa sepatu jadi yang sudah memiliki merek dan model sepatu yang mengikuti trend masa kini. Produk adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh perusahaan termasuk Toko Audya *Footwear* Sukabumi ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk menawarkan produk yang berkualitas Toko Audya *Footwear* selalu mengikuti trend yang berkembang di masyarakat. Mengikuti keinginan pasar

yang selalu berubah-ubah maka Toko Audya Footwear ini selalu update mengenai produk terbaru yang dijual di Toko.

dijangkau oleh kalangan konsumen. Adapun daftar harga sepatu pada Toko Audya Footwear Sukabumi:

Tabel 1. Daftar Harga Sepatu Pada Toko Audya Footwear Sukabumi

No	Nama Produk	Harga
1	Vans	Rp. 250.000
2	Adidas	Rp. 260.000
3	Ventela	Rp. 250.000
4	Converse	Rp. 260.000
5	New Balance	Rp. 280.000

Sumber: Audya Footwear Sukabumi

#### Tempat/Distribusi

Kegiatan penjualan Audya Footwear Sukabumi dilakukan hanya pada satu lokasi yaitu di Jalan Pelabuhan II Km.12 Pangleseran, Kecamatan Cikembar Kertaraharja, Kabupaten Sukabumi. Toko ini yaitu sebagai toko pusat Audya Footwear Sukabumi yang dimana berada dilingkungan yang strategis karena dekat dengan pasar swalayan, sehingga akses transportasi juga sangat mudah didapatkan. Dalam proses penjualannya perusahaan menawarkan produk kepada konsumen melalui media sosial (*WhatsApp, Instagram, Facebook*) dan *marketplace (Shopee, Tokopedia, Lazada, Tiktokshop)* atau konsumen bisa datang langsung ke toko. Saluran distribusi yang digunakan oleh Toko Audya Footwear Sukabumi ini yaitu distribusi tidak langsung yang dimana Audya Footwear ini berperan sebagai pengecer yang membeli barang melalui agen.

#### Promosi (*Promotion*)

Ada tiga cara promosi yang dilakukan oleh Audya Footwear Sukabumi, cara tersebut yaitu sebagai berikut:

1. **Penjualan Personal (*Personal Selling*)**  
 Audya Footwear Sukabumi membuka outlet agar konsumen bisa datang langsung ke tempat, cara ini biasanya dilakukan oleh karyawan Audya Footwear jika berhadapan dengan konsumen karyawan akan menawarkan produk dengan model dan merek yang berbeda-beda sehingga akan timbul permintaan dari konsumen. Dan promosi penjualan pribadi ini dengan cara mulut ke mulut, hal ini biasanya dilakukan oleh rekan kerja, teman, dan konsumen yang sudah lama mengenal produk Audya Footwear, dengan cara ini terbukti sangat mudah dan cepat sampai kepada calon konsumen sehingga mudah ditarik untuk membeli.
2. **Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)**  
 Promosi penjualan ini dilakukan dengan cara mengadakan potongan harga (*discount*), Audya Footwear memberikan *discount* sebesar 15%-20% untuk menarik perhatian konsumen.
3. **Publisitas (*Publicity*)**  
 Audya Footwear Sukabumi mempromosikan produknya melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp dan Audya Footwear membuka toko di *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Tiktokshop. Dengan seringnya meng-update produk oleh Audya Footwear Sukabumi, konsumen dapat mengetahui lebih rinci dari mulai produk, harga, keunggulan, testimoni, dna lain sebagainya. Cara ini biasanya dilakukan oleh karyawan Audya Footwear Sukabumi untuk mempromosikan serta menawarkan produk sepatu agar laris terjual

Penjualan pada Toko Audya Footwear mencapai penjualan tertinggi pada bulan Maret dan April. Dapat dilihat juga bahwa terdapat produk paling laku (best seller) pada Toko Audya Footwear yaitu merek *New Balance* dengan penjualan mencapai 50% pertahunnya.

### **Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Audya Footwear Sukabumi**

#### 1. *Place dan Price*

Audya *Footwear* Sukabumi membuka bazar pasar target yang berlokasi di jalur lingkaran selatan, di Asrama Haji PLUT Cikembang, dan di area toko Audya *Footwear* dengan harga yang ditawarkan yaitu harga cuci gudang. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi penumpukan barang yang sudah tidak laku di Gudang atau barang yang sudah lama terajang di toko.

#### 2. *Product, Price dan Promotion*

Audya *Footwear* Sukabumi selalu mengadakan promo, tetapi tidak menentu pada bulan apa akan diadakan promonya, tetapi biasanya selalu diadakan pada bulan-bulan besar seperti menjelang Hari Raya Idul Fitri dan Tahun Baru. Biasanya produk yang mengikuti promo yaitu produk baru yang diberi diskon 15% s.d 20% dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, sedangkan produk yang lama diberi harga cuci Gudang dilakukan setiap akhir tahun yaitu di bulan Desember. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian konsumen dan mengenalkan model-model terbarunya.

### **Kendala-kendala Bauran Pemasaran Yang dihadapi Audya Footwear Sukabumi**

Adapun kendala-kendala yang dihadapi oleh Audya *Footwear* Sukabumi adalah sebagai berikut:

#### 1. Produk

- a. Produk-produk yang dijual oleh Audya *Footwear* Sukabumi memiliki kualitas sepatu yang bukan original atau biasa disebut KW, sehingga sebagian konsumen ragu dalam membeli sepatu, karena takut cepat rusak dan lain sebagainya.
- b. Pelayanan yang dilakukan oleh karyawan Audya *Footwear* Sukabumi khususnya pelayanan penjualan online, sering terjadinya telat membalas pesan *chatt* (*slow respon*) konsumen yang menyebabkan konsumen menjadi ragu untuk membeli produk, serta seringnya terjadi penumpukan orderan yang

menyebabkan produk tidak dapat diterima dengan cepat oleh konsumen.

#### 2. Harga

Penetapan harga sepatu oleh Audya *Footwear* Sukabumi untuk sepatu yang bukan kualitas original atau KW ini terlalu mahal, sehingga konsumen bukan hanya ragu untuk membeli produknya tetapi juga harga yang ditawarkan terlalu tinggi jika dibandingkan dengan kualitas sepatu yang dijual. Lalu untuk promo diskon seharusnya diadakan setiap satu bulan sekali agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk pada setiap bulannya.

#### 3. Tempat/Distribusi

Lokasi toko Audya *Footwear* Sukabumi yang berlokasi di Pangleseran Kabupaten Sukabumi ini memiliki parkir yang sempit sehingga jika banyaknya konsumen yang datang ke toko dikhawatirkan lahan parkir tidak akan cukup, serta letak toko Audya *Footwear* ini terlalu menjorok ke dalam sehingga mengakibatkan konsumen baru tidak mengetahui keberadaan toko Audya *Footwear* tersebut.

#### 4. Promosi

Audya *Footwear* Sukabumi tidak memiliki biaya khusus untuk melakukan promosi sehingga yang dilakukan terlihat belum maksimal. Perusahaan hanya memposting iklan produk pada media sosial saja seperti *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*. Kemudian hanya memposting pada *marketplace* seperti *shopee*, *tokopedia*, *Lazada*, dan *tiktokshop*. Sehingga hanya konsumen yang mengetahui Audya *Footwear* saja yang dapat mengakses.

### **Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam meningkatkan penjualan Sepatu pada Audya Footwear Sukabumi**

Adapun solusi-solusi yang dihadapi oleh Audya *Footwear* Sukabumi adalah sebagai berikut:

#### 1. Produk

- a. Perusahaan sejauh ini hanya mengatasi permasalahan produk dengan cara mengecek barang yang dikirim dari agen sebelum masuk ke Gudang, jika ada barang yang cacat dan tidak layak untuk dijual biasanya perusahaan mengajukan *return* kepada agen, agar konsumen tidak ragu dalam memilih serta membeli sepatu di Audya *Footwear* Sukabumi walaupun kualitas yang dijual bukan *original* atau KW.
- b. Untuk mengatasi pelayanan karyawan terhadap penjualan online perusahaan seharusnya merekrut karyawan baru untuk bagian pembelian online atau menjadikan

karyawan tersebut sebagai admin media sosial atau admin marketplace, agar tidak terjadinya *slow respon* lagi terhadap konsumen dan tidak terjadi penumpukan pesanan.

2. **Harga**  
Dalam penetapan harga yang terlalu tinggi dari kualitas sepatu yang dijual, perusahaan memberikan kaos kaki serta stiker Audya *Footwear* pada setiap pembelian satu pasang sepatu yang dibeli oleh konsumen. Setiap pembelian produk di Audya *Footwear*, setelah melakukan pembayaran setiap konsumen diwajibkan mengisi nama dan nomor *handphone* pada kertas yang diberikan oleh karyawan, gunanya yaitu untuk diundi setiap bulan oleh Audya *Footwear*, jika beruntung salah satu konsumen tersebut akan mendapatkan hadiah berupa produk yang ada di Audya *Footwear* secara acak oleh pemilik perusahaan tersebut. Kemudian untuk promo yang ditawarkan perusahaan menggunakan promo pembelian online setiap bulannya pada tanggal tertentu seperti *FlashSale 7.7* dan penawaran gratis ongkir agar dapat menarik perhatian konsumen.
3. **Tempat/Distribusi**  
Untuk mengatasi tempat parkir khusus konsumen perusahaan memberikan lahan parkir yang cukup untuk konsumen yang berbelanja di Audya *Footwear* Sukabumi tepat di depan toko Audya *Footwear* Sukabumi. Untuk mengatasi tempat Audya *Footwear* yang terlalu menjorok ke belakang, perusahaan memasang tiang dengan logo beserta nama Audya *Footwear* di depan toko agar terlihat dari berbagai arah, serta perusahaan melakukan kerja sama dengan ojek *online* seperti Grab dan Gojek, agar konsumen yang jauh dari toko masih bisa membeli sepatu melalui media sosial dan dapat diantarkan oleh ojek *online*.
4. **Promosi**  
Perusahaan Audya *Footwear* Sukabumi lebih sering menyebarkan informasi melalui media sosial seperti *Instagram, Facebook, WhatsApp*. Hal ini bertujuan agar semakin dikenal oleh para calon konsumen baru.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian mengenai pelaksanaan bauran pemasaran pada Audya *Footwear* Sukabumi diketahui beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran pada Audya *Footwear* Sukabumi memasarkan produk yang

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pasar. Pelaksanaan Bauran Pemasaran pada Audya *Footwear* ini sudah cukup baik, tetapi masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Bauran Pemasaran yang dilakukan Audya *Footwear* Sukabumi terdiri dari 4P, yaitu Produk (*product*) yang dijual adalah sepatu sneakers dan sport yang dapat dipakai untuk bekerja, sekolah, olahraga, bermain, dan lain sebagainya; Harga (*price*) yang diterapkan oleh Audya *Footwear* yaitu berdasarkan orientasi biaya; tempat (*place*) yang digunakan untuk penjualan yaitu berlokasi di Jalan Pelabuhan II Pangleseran Kertaraharja kabupaten Sukabumi; dan promosi (*promotion*) yang digunakan oleh Audya *Footwear* yaitu promo diskon, cuci gudang, serta undian setiap bulannya untuk menarik konsumen, dan publisitas yang dilakukan yaitu melalui media sosial (*WhatsApp, Instagram, Facebook*) dan marketplace (*Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktoshop*).

2. Kendala perusahaan yaitu terhadap kualitas produk yang bukan merupakan kualitas *original* atau KW, yang menyebabkan konsumen ragu untuk membeli produk sepatu di Audya *Footwear* khususnya untuk konsumen baru.
3. Solusi perusahaan sejauh ini hanya mengatasi permasalahan hanya dengan mengecek kembali barang yang datang dari agen sebelum masuk ke gudang, untuk memastikan produk sepatu tersebut tidak cacat dan layak untuk dijual. Serta melakukan pengundian setiap bulannya dengan mengundi nama konsumen yang sudah membeli produk sepatu di Audya *Footwear* secara acak oleh pemilik perusahaan.

#### V. REFERENSI

- [1] Aditama, Angger Roni, "Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi", Kepanjen: AE Publishin, 2020.
- [2] Astuti, Miguna dan Amanda, Rizkita, "Pengantar Manajemen Pemasaran", Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- [3] Assauri, Sofjan, "Manajemen Pemasaran", Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.

- [4] Alimin, Erina, dkk., “Manajemen Pemasaran”, Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi, 2022.
- [5] Ariyanto, Aris, dkk., “Manajemen Pemasaran”, Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023.
- [6] Novitasari, Erna, “Dasar-Dasar Ilmu Manajemen”, Yogyakarta: Penerbit Anak Hebat Indonesia, 2021.