

## **STUDI PEMASARAN BAKPIA VISTA DENGAN SUDUT PANDANG MARKETING MIX 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION)**

Mega Oktafiani<sup>1</sup>, Pujo Saroyo<sup>2</sup>, Agung Putra Pamungkas<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bakpia Vista dalam mempertahankan usahanya agar dapat bersaing dengan industri bakpia yang lain. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis bauran pemasaran dan analisis STP. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini menguraikan hasil penelitian dalam bentuk narasi berdasarkan data yang telah didapatkan.

Berdasarkan analisis bauran pemasaran yang telah dilaksanakan dapat diketahui bahwa Industri Bakpia Vista memproduksi produk bakpia. Harga produk Bakpia Vista yaitu Rp 35.000,00/kotak@20 bakpia. Industri Bakpia Vista mempunyai 6 toko yang tersebar di 4 cabang yaitu cabang Bhayangkara, cabang Bantul, cabang Parangtritis, dan cabang Wonosari. Promosi yang dilakukan Bakpia Vista menggunakan media cetak dan media elektronik. Segmen yang dituju Bakpia Vista yaitu dari kalangan anak-anak, dewasa hingga orang tua. Target pasar dari Bakpia Vista sendiri yaitu wisatawan kalangan menengah. Bakpia Vista menginginkan posisi produk bakpia dipasaran adalah oleh-oleh makanan dari Yogyakarta.

Kata Kunci: Pemasaran, *Marketing Mix*, STP

Keterangan:

1. Mahasiswa
2. Dosen Pembimbing/Penguji 2
3. Dosen Penguji 1

*Study Marketing in Bakpia Vista With Viewpoint of Marketing Mix  
4P ( Product, Price, Place, Promotion )*

Mega Oktafiani<sup>1</sup>, Pujo Saroyo<sup>2</sup>, Agung Putra Pamungkas<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*Marketing is one of the principal activities which need to be done by the company that the company either goods or services in an effort to maintain the viability of its business. Therefore, this research aims to know the application of marketing strategy done by Bakpia Vista's efforts in maintaining to be able to compete with the other filling industry. The analysis used in this study is the analysis of the marketing mix analysis and STP. The methods used in this study is using qualitative descriptive method. This method outlines the research results in the form of a narrative based on data that has been obtained.*

*Based on the analysis of the marketing mix that has been implemented can be known that Vista will still manufacture products Industry did. The price of the products of our is Rp 35.000,00 / box @ 20 bakpia. The industry of Bakpia Vista had 6 stores spread over 4 branches namely Bhayangkara branch, Bantul branches, Parangtritis branche, and Wonosari branche. Promotions conducted Bakpia Vista using print and electronic media. The other segment of Bakpia Vista is from among children, adults to the elderly. The target market of Bakpia Vista is the tourists among the medium. Bakpia Vista wanted a position in the market of our products is the gift shop food of Yogyakarta.*

*Keywords: Marketing, Marketing Mix, STP*

*Description:*

- 1. Students*
- 2. Lecture Supervisor/ Examiner 2*
- 3. Lecture testers 1*