

BAURAN PEMASARAN BUAH DI TOKO BUAH EWI KECAMATAN SUMBAWA

Kasmadianti¹, Alia Wartiningsih², Lukman Hakim³, Siti Nurwahidah⁴, Yadi Hartono⁵

^{1,2}) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samawa Sumbawa Besar
Email: kamasdianti0602@gmail.com, alwartiningsih@gmail.com, lhakim@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to analyze the marketing mix implemented by Ewi Fruit Store in Sumbawa District. The research was conducted in April 2025. The study location was selected purposively, while respondents were chosen using an accidental sampling technique. A descriptive research method was employed, involving 30 consumers who purchased fruit at Ewi Fruit Store. Data were analyzed using the Likert scale. The results showed that the store implemented the marketing mix through a variety of strategies. In terms of product, the store offered a wide range of local and imported fruits, with some products packaged using plastic wrapping, clamshell boxes, and foam nets. Pricing was determined based on market prices and adjusted according to the type, quality, size, and packaging of the fruit. The store was strategically located and easily accessible to customers. Promotional activities included the use of banners, word-of-mouth marketing, and social media. Employees provided friendly, polite, neat, and responsive customer service. The service process included product selection, weighing, payment, and packaging. Physical evidence consisted of a clean and well-organized store, supported by facilities such as weighing scales and air conditioning. Consumer responses indicated that all elements of the marketing mix were rated **very good**, with average scores of 22.27 for product, 22.23 for price, 23.20 for place, 21.10 for promotion, 22.17 for people, 23.17 for process, and 21.67 for physical evidence. These findings indicate that the marketing mix implemented by Ewi Fruit Store has been highly effective.

Keywords: Fruit Store, Marketing Mix, Sumbawa District

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian yaitu Menganalisis Bauran Pemasaran Buah Di Toko Buah Ewi Di Kecamatan Sumbawa. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan April 2025. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan sampel sebanyak 30 responden yang membeli buah di Toko Buah Ewi yang diambil menggunakan teknik *accidental sampling*. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dari hasil penelitian diketahui bauran pemasaran yang dilakukan Toko Buah Ewi yaitu memasarkan produk dengan berbagai macam buah, baik lokal maupun impor, beberapa buah disediakan dengan kemasan yang berjenis *plastic wrapping*, *clamshell box* dan *foam net*. Penetapan harga disesuaikan dengan harga pasar dan juga ditawarkan sesuai dengan jenis, kualitas, ukuran dan kemasan. Tempat atau lokasi strategis dan mudah dijangkau. Promosi menggunakan spanduk, promosi dari mulut ke mulut dan media sosial. Orang atau pelayanan karyawan ramah, sopan, rapi, dan cepat tanggap terhadap kebutuhan konsumen. Proses pelayanan penjualan, mulai dari pemilihan, penimbangan, pembayaran dan pengemasan. Bukti fisik tampilan toko yang rapi, bersih, serta fasilitas penunjang seperti timbangan dan pendingin ruangan. Tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran berdasarkan masing-masing aspek sebagai berikut: (1) aspek produk dengan nilai 22,27 dengan

kategori sangat baik, (2) aspek harga dengan nilai 22,23 dengan kategori sangat baik, (3) aspek tempat dengan nilai 23,20 dengan kategori sangat baik, (4) aspek promosi dengan nilai 21,10 dengan kategori sangat baik, (5) aspek orang dengan nilai 22,17 dengan kategori sangat baik, (6) aspek proses dengan nilai 23,17 dengan kategori sangat baik, (7) aspek bukti fisik dengan nilai 21,67 dengan kategori sangat baik dan dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan oleh Toko Buah Ewi sudah berjalan dengan sangat baik.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kecamatan Sumbawa, Toko Buah

PENDAHULUAN

Pemasaran atau marketing memainkan peran yang sangat penting dalam menjalankan suatu perusahaan atau bisnis. Menurut Hamara (2020, dalam Citra, 2022) pemasaran atau marketing bukan hanya sekedar berfokus pada aktivitas promosi atau penjualan, tetapi juga mencakup strategi yang terintegrasi untuk memaksimalkan nilai dari produk atau layanan yang di tawarkan kepada pelanggan. Dalam hal ini, diperlukan penerapan bauran pemasaran yang komprehensif dengan menggabungkan berbagai elemen penting, seperti produk atau layanan (*product*), tempat atau lokasi distribusi (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Toko Buah Ewi adalah salah satu toko buah yang dikenal di Kecamatan Sumbawa. Toko Buah Ewi menawarkan berbagai jenis buah segar baik lokal maupun impor, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat dengan lokasi yang strategis. Toko Buah Ewi berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Selain itu, Toko Buah Ewi bersaing dengan usaha serupa di wilayah Sumbawa, seperti pasar tradisional dan toko buah lainnya.

Kualitas buah sangat menentukan harga jual di Toko Buah Ewi. Salah satu tantangan dalam menjaga kualitas adalah buah busuk, yang dapat terjadi akibat penyimpanan yang kurang optimal, keterlambatan distribusi, atau stok yang tidak terjual dalam waktu lama. Buah yang membusuk tidak hanya menyebabkan kerugian finansial tetapi juga dapat menurunkan citra toko di mata pelanggan. Masalah ini berkaitan dengan bauran pemasaran (7P), terutama dalam produk (*product*) yang harus selalu segar dan berkualitas. Harga (*price*) juga harus kompetitif agar buah cepat terjual sebelum mengalami kerusakan. Tempat (*place*) yang strategis mendukung akses pelanggan untuk membeli produk dengan mudah. Promosi (*promotion*) melalui media sosial dan spanduk membantu meningkatkan penjualan, mengurangi risiko buah tidak terjual. Orang (*people*), seperti karyawan yang berperan dalam melayani pelanggan serta menjaga produk. Proses (*process*) yang cepat dan mudah dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan. Bukti fisik (*physical evidence*), seperti tampilan toko yang bersih dan menarik, juga mendukung pengalaman belanja pelanggan. Dengan menerapkan strategi 7P secara efektif Toko Buah Ewi dapat menjaga kualitas produk, mengurangi risiko buah busuk, serta meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bauran pemasaran buah di Toko Buah Ewi Kecamatan Sumbawa.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2025 di Toko Buah Ewi Kecamatan Sumbawa. Lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data adalah data primer. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang

berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dalam bilangan atau angka. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data ini diperoleh dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dari hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik Toko Buah Ewi dan konsumen buah. Teknik pengambilan sampel dalam Penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*. Responden konsumen diambil sebanyak 30 orang dan 1 pemilik Toko Buah Ewi, Jadi total responden dalam penelitian ini adalah 31 orang. Bauran pemasaran yang diterapkan di Toko Buah Ewi dengan menggunakan konversi data melalui skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur variabel menjadi dimensi, dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang diukur. Pada akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pertanyaan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan sebagai berikut:

1. Sangat Baik (SB) = 5
2. Baik (B) = 4
3. Cukup Baik (CB) = 3
4. Tidak Baik (TB) = 2
5. Sangat Tidak Baik (STB) = 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian bahwa mayoritas umur responden 25-30 tahun, yang dimana responden tersebut berada pada usia produktif, mayoritas jenis kelamin perempuan, mayoritas tingkat pendidikan starata 1, mayoritas pekerjaan wirausaha/wiraswasta dan mayoritas alamat responden dari Kecamatan Sumbawa.

Bauran Pemasaran Pemilik Usaha

1. Produk (*product*)

Kualitas merupakan hal yang sangat penting bagi pemilik Toko Buah Ewi dalam menjual produk. Toko Buah Ewi secara konsisten menjaga kualitas buah baik dari kesegaran buah, bentuk dan cita rasa buah agar tetap layak konsumsi. Toko Buah Ewi memperhatikan kualitas buah yaitu pemilihan buah dengan memperhatikan tingkat kematangan buah, tekstur dan kebersihan buah. Toko Buah Ewi menjaga kualitas buah dengan cara penyortiran setiap hari yaitu dengan tujuan memisahkan buah yang layak dan tidak layak dikonsumsi, untuk buah yang belum dalam kerusakan fatal akan diolah menjadi salad buah dan untuk buah yang sudah dalam kerusakan fatal akan dibuang atau diberikan kepada peternak. Toko Buah Ewi tidak hanya melakukan penyortiran pada buah pajangan akan tetapi buah yang disimpan dalam ruangan penyimpanan juga disortir agar kualitasnya selalu terjaga.

Toko Buah Ewi menggunakan berbagai jenis kemasan yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing buah, tetapi ada juga buah yang tanpa kemasan. Untuk buah potong seperti semangka dan melon potong, digunakan kemasan plastik bening (*plastic wrapping*) yang menutupi semua bagian buah, untuk mempertahankan kebersihan dan kesegaran buah tujuannya meningkatkan daya tarik, memudahkan konsumen yang ingin langsung konsumsi buah tanpa harus dipotong dan memberikan pilihan sesuai kebutuhan dengan harga yang terjangkau. Sementara itu, untuk buah seperti angur digunakan wadah mika transparan (*clamshell box*) sehingga produk terlihat dengan jelas, menarik dan terlindungi dari kotoran dan kerusakan ringan, untuk buah seperti pir digunakan jaring busa (*foam net*) serta ada juga yang

dibungkus dengan plastik transparan. Penggunaan kemasan di Toko Buah Ewi tidak hanya fokus pada penampilan yang menarik tetapi juga mempertimbangkan aspek fungsional seperti ketahanan dan kemudahan saat membawa.

2. Harga (*price*)

Harga buah di Toko Buah Ewi ditentukan berdasarkan harga pembelian dari pemasok (*supplier*) dan harga pembelian pasar. Penetapan harga di Toko Buah Ewi juga memperhatikan kualitas produk. Penentuan harga di Toko Buah Ewi bervariasi tergantung pada jenis, kualitas, jumlah dan ukuran buah atau kemasan. Seperti buah pir 49.000/kg, anggur ausi 79.000/kg, anggur hitam non biji 89.000/kg, jeruk peras 15.000/kg, dan lain-lain. Di Toko Buah Ewi memberikan kebebasan untuk memilih jumlah dan berat buah sesuai dengan kebutuhan dan anggaran konsumen yaitu buah yang dijual dapat dibeli dalam jumlah kecil, bahkan dapat dibeli satuan seperti buah mangga, dan lain-lain. Kebijakan ini bertujuan untuk memastikan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

3. Tempat (*Place*)

Toko Buah Ewi terletak di Jalan Hasanuddin, Kelurahan Bugis, Kecamatan Sumbawa, tepat di depan SDN 2 Sumbawa. Lokasi toko ini strategis karena berdekatan dengan kegiatan masyarakat, fasilitas umum dan jalur transportasi umum yang mudah diakses dan dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Lokasi ini membuat konsumen mudah datang membeli buah, sekaligus memudahkan toko menerima buah dari para pemasok Lombok. Kedekatan lokasi juga membantu proses pengiriman buah ke toko menjadi lebih cepat dan efisien. Tempat penjualan Toko Buah Ewi:

1. Penjualan langsung

Yaitu konsumen datang langsung ke Toko Buah Ewi untuk membeli buah sesuai kebutuhan. Penjual dapat secara langsung memperkenalkan produk yang tersedia, memberikan penjelasan tentang kualitas buah dan membantu konsumen dalam menentukan pilihan. Beberapa konsumen juga membeli dalam jumlah besar, baik untuk dikonsumsi sendiri maupun sebagai buah tangan yang akan dikirim ke luar daerah. Hal ini sesuai dengan pendapat Njoto dan Krismi (2018), yang menyatakan bahwa penjualan langsung memberikan penyampaian produk secara lebih lengkap, serta membangun kesan positif pada kualitas dan citra produk.

2. Penjualan tidak langsung

Selain menjual secara langsung, Toko Buah Ewi juga menjual produknya melalui pihak ketiga seperti reseller dan pengecer, yang nantinya menjual kembali kepada konsumen akhir. Penjualan dilakukan secara eceran maupun dalam jumlah besar sebagai upaya untuk memperluas jangkauan distribusi produk. Dalam kerja sama jangka panjang dengan mitra usaha, Toko Buah Ewi memberikan harga khusus berdasarkan jumlah pembelian. Kebijakan ini tidak hanya meningkatkan minat mitra usaha, tetapi juga mempercepat proses penjualan serta memperluas jaringan pemasaran.

1.1. 4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh Toko Buah Ewi sesuai dengan kondisi di sekitar toko, yaitu area kota Sumbawa Besar. Tujuan utamanya adalah agar para pelanggan tertarik dan memperluas pasar dengan cara promosi yang tepat. Beberapa cara promosi yang dilakukan Toko Buah Ewi antara lain:

1. Promosi melalui spanduk dan papan nama

Toko Buah Ewi menggunakan media promosi visual seperti spanduk dan papan nama untuk menyampaikan informasi produk kepada masyarakat. Spanduk dan papan nama ini

ditempatkan dilokasi yang strategis, yaitu di depan toko dan di area yang sering dilewati kendaraan dan penjalan kaki. Dengan adanya spanduk dan papan nama, masyarakat bisa dengan mudah mengetahui jenis buah serta kualitas kesegarannya. Papan nama berfungsi sebagai identitas toko yang membantu konsumen mengenali keberadaan Toko Buah Ewi, sementara spanduk lebih menekankan pada promosi penjualan. Desain tampilan yang menarik dari kedua media ini mampu menarik perhatian calon pelanggan dan memperkuat citra toko dimata calon pelanggan.

2. Promosi dengan memberikan potongan harga
Toko Buah Ewi memberikan potongan harga kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah besar. Potongan harga ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah pembelian, mempererat hubungan dengan pelanggan, serta mendorong loyalitas pelanggan terhadap toko.
3. Promosi melalui rekomendasi dari mulut ke mulut
Salah satu cara promosi yang sederhana adalah dengan rekomendasi dari orang lain, seperti teman, tetangga dan keluarga yang pernah membeli di Toko Buah Ewi. Dengan cara ini, orang lain bisa mengetahui keberadaan toko dan tertarik untuk berkunjung.
4. Promosi melalui media sosial
Toko Buah Ewi juga memanfaatkan teknologi dengan aktif melalui media sosial seperti *facebook* dengan nama akun Eli Ewi Buah untuk mempromosikan produk buahnya. Media sosial ini membantu memperluas jangkauan promosi ke berbagai wilayah dan mempercepat penyebaran informasi. Toko Buah Ewi memposting produk di *facebook* setiap hari.

1.2. 5. Orang (People)

Orang yaitu semua individu atau Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam penyediaan produk atau layanan kepada pelanggan. Di Toko Buah Ewi peran karyawan sangat penting, karena karyawan bertanggung jawab dalam memberikan layanan yang baik, sehingga pelanggan merasa nyaman dan puas saat berbelanja. Karyawan di Toko Buah Ewi diberikan pelatihan sesuai dengan tugas dan peran masing-masing, seperti pengelompokan produk, cara melayani pelanggan, serta pengetahuan tentang produk dan cara menangani buah yang sedikit rusak. Pelatihan tersebut dilaksanakan saat karyawan baru memulai kerja yang didampingi oleh karyawan berpengalaman. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan karyawan agar bisa memberikan pelayanan terbaik. Selain itu, Toko Buah Ewi juga memastikan karyawan untuk selalu menjaga sopan santun yaitu dengan memberikan motivasi kerja kepada semua karyawan untuk mengutamakan sopan santun.

1.3. 6. Proses (Process)

Proses dimulai dari pengambilan buah dari Lombok dan setelah sampai di Toko Buah Ewi buah akan melalui proses penyortiran sebelum dipajang di etalase untuk memisahkan buah yang layak untuk dijual dengan buah yang mengalami kerusakan ringan. Toko Buah Ewi memiliki sistem pemesanan online yaitu seperti *parcel* buah. Dalam hal pelayanan, buah yang sudah dipilih akan ditimbang dan pengemasan buah dilakukan sebelum diserahkan kepada pelanggan, agar buah tetap segar, bersih dan aman. Toko Buah Ewi memprioritaskan kepraktisan dengan metode pembayaran bisa dilakukan dengan uang tunai atau non-tunai seperti melalui QRIS, maupun tranfer antar bank. Selain itu, staf toko juga memberikan layanan yang cepat dan ramah agar. Proses yang cepat, penanganan buah yang tepat, serta pelayanan yang baik, sangat mendukung keberhasilan toko dalam menjalankan pemasaran Selain itu Toko Buah Ewi juga terdapat layanan khusus seperti *parcel* buah.

1.4. 7. Bukti Fisik (Physical Evidence)

Bukti Fisik di Toko Buah Ewi yaitu desain interior atau bagian dalam toko yang teratur, rapi dan nyaman. Kebersihan toko dijaga setiap waktu dan toko dilengkapi dengan AC (*Air Conditioner*) untuk menjaga kualitas buah tetap segar sehingga menciptakan suasana yang nyaman. Buah-buahan disusun dengan teratur baik buah dengan kemasan dan juga tanpa kemasan yang disusun di rak sesuai jenisnya dengan tujuan agar terlihat menarik dan memudahkan pelanggan untuk memilih buah sesuai dengan kebutuhannya. Toko Buah Ewi menyediakan timbangan di rak buah dan juga menempelkan label di setiap rak buah untuk memberikan informasi harga dan jenis buah kepada pelanggan. Selain itu, Toko Buah Ewi juga menyediakan seragam khusus untuk karyawan, tetapi seragamnya tidak wajib dipakai setiap hari selama karyawan tetap memakai pakaian yang rapi dan sopan.

Bauran Pemasaran Hasil Analisis Berdasarkan Konsumen Buah Di Toko Buah Ewi

Berdasarkan tanggapan konsumen menggambarkan keberhasilan Toko Buah Ewi dalam bauran pemasaran. Adapun komponen bauran pemasaran dilihat dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik. Tanggapan konsumen tentang bauran pemasaran di Toko Buah Ewi dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Tanggapan Konsumen Tentang Bauran Pemasaran Di Toko Buah Ewi

No	Komponen Bauran Pemasaran	Skor Rata-rata
1	Produk	22.27
2	Harga	22.23
3	Tempat	23.20
4	Promosi	21.10
5	Orang	22.17
6	Proses	23.17
7	Bukti Fisik	21.67
Total Skor		155.81
Kategori Jawaban		Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa bauran pemasaran Toko Buah Ewi mendapatkan skor total sebesar 155,81 dengan kategori sangat baik. Skor tersebut termasuk dalam kategori sangat baik, yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan kegiatan pemasaran telah berjalan dengan efektif. Berdasarkan hasil kuesioner dari 30 orang responden.

Aspek produk mencapai total skor 22,27 dengan kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa secara umum, pelanggan memberikan penilaian yang positif terhadap produk buah yang ditawarkan oleh Toko Buah Ewi. Nilai tersebut mencerminkan keberhasilan toko dalam mempertahankan kualitas, bentuk, keanekaragaman dan rasa produk. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa aspek produk dalam bauran pemasaran di Toko Buah Ewi telah dikelola dengan baik dan mampu memberikan kepuasan tinggi kepada para pelanggannya.

Aspek harga mencapai total skor 22,23 dengan kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen memberikan tanggapan yang sangat positif pada komponen harga yang telah diterapkan oleh Toko Buah Ewi. Harga yang terjangkau, cara pembayaran yang bervariasi serta kesesuaian harga dengan kualitas produk menjadi faktor utama yang menjadikan komponen harga dalam bauran pemasaran di Toko Buah Ewi dinilai sangat baik oleh konsumen.

Aspek tempat mencapai total skor 23,20 dengan kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan konsumen memberikan penilaian yang sangat baik terhadap komponen lokasi dan kenyamanan tempat usaha Toko Buah Ewi, seperti kebersihan, kenyamanan, lokasi yang strategis, serta kemudahan akses menjadi nilai tambah yang meningkatkan daya tarik toko dimata pelanggan.

Aspek promosi mencapai total skor 21,10 dengan kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan promosi yang dilakukan oleh Toko Buah Ewi di nilai sangat baik oleh para konsumen. Melalui berbagai saluran seperti, media digital, pemasaran langsung, dan informasi visual. Promosi yang diterapkan berhasil dalam meningkatkan minat dan pemahaman konsumen terhadap produk dan toko secara keseluruhan.

Aspek orang mencapai total skor 22,17 dengan kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap komponen orang menunjukkan bahwa layanan sumber daya manusia telah berjalan dengan optimal, sehingga turut meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan pada toko.

Aspek proses mencapai total skor 23,17 dengan kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan proses yang dilakukan oleh Toko Buah Ewi di nilai sangat baik oleh para konsumen. Kecepatan pelayanan, pengelolaan yang baik, dan adanya layanan khusus menjadi faktor penting yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan saat berbelanja di Toko Buah Ewi.

Aspek bukti fisik mencapai total skor 21,67 dengan kategori sangat baik. Ini menunjukkan bahwa Toko Buah Ewi berhasil menciptakan suasana belanja yang tertata, bersih, dan nyaman bagi konsumen. Hal ini di dukung oleh penampilan visual yang menari dan pengaturan produk yang baik, meskipun peningkatan masih diperlukan pada aspek sarana vasilitas tambahan untuk pelanggan.

KESIMPULAN

Produk yang ditawarkan oleh Toko Buah Ewi yaitu berbagai macam buah, baik lokal maupun impor. Hasil penelitian menurut tanggapan konsumen mengenai aspek produk mempunyai total skor rata-rata sebesar 22,27 dengan kategori sangat baik. Penetapan harga buah pada Toko Buah Ewi mempunyai total skor rata-rata sebesar 22,23 dengan kategori sangat baik. Tempat atau lokasi mempunyai total skor rata-rata sebesar 23,20 dengan kategori sangat baik. Promosi yang dilakukan oleh Toko Buah Ewi secara online maupun offline mempunyai total skor rata-rata sebesar 21,10 dengan kategori sangat baik. Orang atau pelayanan yang diberikan oleh karyawan Toko Buah Ewi ramah, sopan, rapi, dan cepat tanggap terhadap kebutuhan konsumen. Hal ini menambah kenyamanan dan loyalitas pelanggan toko. Hasil penelitian menurut tanggapan konsumen mengenai aspek orang mempunyai total skor rata-rata sebesar 22,17 dengan kategori sangat baik. Proses pelayanan penjualan di Toko Buah Ewi, mulai dari pemilihan buah, penimbangan, pembayaran dan pengemasan. Selain itu, Toko Buah Ewi terdapat layanan khusus yaitu pemesanan seperti parsel buah. Hasil penelitian menurut tanggapan konsumen mengenai aspek proses mempunyai total skor rata-rata sebesar 23,17 dengan kategori sangat baik. Bukti fisik Toko Buah Ewi memiliki tampilan toko yang rapi, bersih, serta fasilitas penunjang seperti timbangan dan pendingin untuk menjaga kesegaran buah. Hasil penelitian menurut tanggapan konsumen mengenai aspek bukti fisik mempunyai total skor rata-rata sebesar 21,67 dengan kategori sangat baik. Hasil keseluruhan bauran pemasaran buah di Toko Buah Ewi berdasarkan

hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa total nilai keseluruhan bauran pemasaran buah di Toko Buah Ewi sebesar 155,81 dengan kategori sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Citra, Y. 2023. Bauran Pemasaran Usaha Krupuk Atum Saleng Beme Di Dusun Sampar Layang Desa Pemanto Kecamatan Empang. Fakultas Pertanian Universitas Samawa.
- Darsana, I.M., Rahmadani, S., Salijah, E., *et al.*, 2023. Strategi Pemasaran. Intelektual Manifest Media.
- Mahulae, H. 2020. Pengelompokan Potensi Produksi Buah-Buahan Di Provinsi Sumatera Utara Dengan Menerapkan K-Clustering (Studi Kasus: Dinas Tanaman Pangan Dan Holtikultura).
- Ntojo, Krisma Budi, 2018. *Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Wenak Tok*.
- Saleh, H. M. Y., & Said M. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran.
- Sugiyono. 2023. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung