



Penerapan Marketing Mix pada Mie Pedas Jajanan Milenialku

Deci Hardiningsih¹, Gaung Perwira Yustika²

¹Universitas Terbuka, ²Institut Kesehatan dan Bisnis Surabaya

Corresponding Email: gaung.yustika@ikbis.ac.id

ABSTRACT

Marketing mix is used to develop the most basic tactics or methods that can be used as a reference for preparing effective marketing. By implementing an appropriate and correct marketing mix by taking advantage of opportunities to increase sales, the position or position of the marketing mix in the market can be improved or maintained. The purpose of this research is to determine the application of the marketing mix carried out by Mie Pedas Jajanan Milenialku in running its business. The data collection technique in this research uses a qualitative method with a descriptive approach, which takes the form of a description of information that has been obtained from the place of business and is compiled again systematically in the form of a report. Data collection techniques use interview techniques with business owners and also observation. Based on the research results, it shows that My Millennial Snacks Spicy Noodles implements a marketing mix consisting of 4Ps, namely Product, Price, Place and Promotion and has provided good quality for its consumers.

Keywords: *Marketing mix, Street food*

ABSTRAK

Marketing mix (bauran pemasaran) digunakan untuk menyusun taktik atau cara paling dasar yang bisa digunakan sebagai acuan bagi penyusunan pemasaran efektif. Penerapan marketing mix yang tepat dan benar dengan memanfaatkan peluang dalam menaikkan penjualan, maka kedudukan atau posisi marketing mix di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan marketing mix yang dilakukan oleh Mie Pedas Jajanan Milenialku dalam menjalankan usahanya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bentuknya berupa uraian keterangan yang sudah diperoleh dari tempat usaha dan kembali disusun secara sistematis dalam bentuk laporan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan pemilik usaha dan juga observasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Mie Pedas Jajanan Milenialku menerapkan marketing mix yang terdiri dari 4P, yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), dan Promotion (Promosi) dan sudah memberikan kualitas yang baik untuk konsumennya.

Kata Kunci: *Jajanan jalan, Marketing mix*

PENDAHULUAN

Perkembangan dalam dunia bisnis di zaman yang cangguh saat ini semakin pesat dan ketat, apalagi dalam bidang makanan dan minuman, sehingga pelaku-pelaku usaha atau para pelaku bisnis dituntut agar selalu melakukan inovasi dan memberikan pelayanan yang berkualitas terbaik untuk dapat menguasai pangsa pasar dan dapat bersaing dengan para pelaku usaha atau pebisnis lainnya. Untuk itu, supaya dapat bersaing dengan para pelaku usaha atau pebisnis lainnya akan ditentukan oleh sistem dan strategi pemasaran yang paling efisien dan efektif. Menurut (Simamora, 2022) strategi pemasaran adalah logika pemasaran, yang mana unit bisnis memiliki harapan agar bisa memperoleh sasaran pemasarannya. Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting untuk dilakukan pengusaha agar dapat mempertahankan keberlangsungan bisnisnya supaya bisa berkembang dan mendapatkan

keuntungan. Pemasaran tersebut meliputi keseluruhan sistem yang ada kaitannya dengan aktivitas-aktivitas usaha, untuk merencanakan, menetapkan harga, sampai memperkenalkan serta menyalurkan barang-barang atau jasa yang bisa memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen, baik yang aktual ataupun potensial (Sudarsono, 2020). Menurut (Nurmalasari & Masitoh, 2020) pemasaran yaitu suatu jalan/proses aktivitas secara lengkap, terpadu, dan tersusun, di mana kegiatan atau aktivitas tersebut dilakukan oleh suatu organisasi/perusahaan dalam melaksanakan usaha supaya terpenuhinya kebutuhan pasar dengan melakukan pembuatan produk yang ada nilai jualnya, menentukan harga, mengkomunikasikan, dan mendistribusikannya melalui aktivitas pergantian agar bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan dan perusahaan. Salah satu upaya yang harus dikerjakan perusahaan/organisasi dalam menaikkan jumlah konsumen yaitu selalu melakukan inovasi produk, menghadirkan penawaran yang menarik, melakukan kerjasama dengan rekan bisnis, dapat memaksimalkan promosi, menerapkan banyak strategi *marketing*, dan lain sebagainya. Pelanggan yang semakin banyak, pangsa pasar pun yang dikuasai akan semakin besar. Elemen pemasaran menjadi hal penting untuk memasarkan barang ataupun jasa dalam memulai usaha. Cara tepat untuk menarik keinginan dan kebutuhan konsumen salah satunya yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah aspek-aspek penting yang dibutuhkan organisasi ataupun para pelaku usaha untuk mendapatkan pangsa pasar yang tidak berubah-ubah sesuai yang diharapkan organisasi/perusahaan (Hidayah, et al. 2021). Menurut (Ulus, 2013) bauran pemasaran merupakan kumpulan variabel yang dikendalikan dan bisa dimanfaatkan oleh manajer pemasaran agar dapat menarik konsumen, dengan tujuan mempengaruhi penjualan dan penghasilan perusahaan. Bauran pemasaran berisi segala sesuatu yang bisa dilakukan organisasi/perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Analisis terhadap *marketing mix* ini sangat perlu supaya bisa menyamakan keinginan pasar dengan produk ataupun barang yang akan dijual (Haryanto, et al. 2022). Berbagai kemungkinan ini bisa disebut dengan empat bidang keputusan utama (4P), yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*) yang seluruhnya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Mie Pedas Jajanan Milenialku merupakan salah satu usaha mie pedas yang ada di Desa Lubuk Alai, Kec. Kapur IX, Kab. Limapuluh Kota, Sumatera Barat. Mie pedas ini sudah melakukan kegiatan usahanya selama lebih kurang 2 tahun dan hingga saat ini semakin banyak peminatnya. Selain menjual mie pedas, usaha ini juga menyediakan beberapa varian mie lainnya seperti mie tek-tek, mie kuah, dan mie goreng. Namun mie pedas lah yang menjadi *icon* dari usaha ini. Untuk mie pedasnya sendiri mempunyai karakter khas rasa pedas dengan tingkatan level pedas yang berbeda. Jadi, mie adalah produk utama dari usaha ini. Menurut (Simamora, 2022) produk merupakan segala hal yang bisa dipromosikan ke pasar untuk mendapatkan perhatian konsumen, dibeli, dipakai atau digunakan dan keinginan serta kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Komponen dari produk adalah keanekaragaman produk, nilai produk, dan tampilan produk.

Harga dari Mie Pedas Jajanan Milenialku sangat terjangkau bagi semua kalangan, tergantung tingkatan level pedas dan topingnya. Banyak dari pelanggan yang mengamati harga sebelum melakukan pembelian suatu produk dan harga adalah faktor terpenting bagi pembeli begitupun penjual. Di dalam program pemasaran, penentuan harga adalah satu bagian yang bisa mendapatkan keuntungan. Menurut (Ningrum, 2020) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang patut dibayarkan konsumen agar bisa mendapatkan produk. Harga tergantung kepada peraturan perusahaan dengan melakukan pertimbangan beragam hal dan harga yang ditetapkan para pesaing, harus selalu dipantau oleh perusahaan supaya harga yang ditetapkan organisasi/perusahaan tidak amat tinggi ataupun amat rendah. Harga barang ataupun jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar (Sumirahwati, et al. 2021).

Mie Pedas Jajanan Milenialku juga menyediakan beberapa macam *topping* di dalam mie pedasnya seperti telur, sosis, dan bakso. Lokasi usaha mie pedas ini cukup strategis. Walaupun lokasi tempat usahanya di desa, konsumen/pelanggan banyak yang datang untuk membeli. Dikarenakan lokasi penjualannya cukup strategis, konsumen ataupun pelanggan mudah jika ingin membeli mie pedas tersebut. Lokasi merupakan letak pada daerah yang strategis, dengan demikian bisa memaksimalkan keuntungan (Memah, et al. 2015). Lokasi yang strategis akan mendatangkan pelanggan untuk membeli suatu produk. Untuk penjualan Mie Pedas Jajanan Milenialku, selain melakukan penjualan di tempat ataupun penjualan offline, mie pedas ini juga melakukan penjualan dan promosi di berbagai sosial media, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp*. Promosi adalah salah satu bauran pemasaran yang sangat perlu dilakukan perusahaan/organisasi dalam memasarkan produk atau jasanya. Segala bentuk aktivitas promosi itu juga disebut dengan bauran promosi, yang mencakup iklan, penjualan secara langsung, publisitas dan hubungan masyarakat, dan *event* serta pengalaman (Dharmmesta, 2022). Sebagaimana diketahui, mie instan merupakan salah satu makanan yang memiliki peminat sangat besar dan paling sering dibeli konsumen di Indonesia. Bentuk bisnis atau usaha yang mulai tumbuh sekarang yaitu usaha makanan pedas, salah satunya mie pedas. Kebanyakan konsumen dari mie pedas ini adalah kalangan remaja dan anak-anak milenial yang sangat menyukai makanan pedas. Oleh karena itulah, merek ataupun nama dari usaha mie pedas ini yaitu Mie Pedas Jajanan Milenialku. Berdasarkan penjabaran di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul “Penerapan *Marketing Mix* pada Mie Pedas Jajanan Milenialku”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan penelitian deskriptif disebut juga dengan penelitian survei. Pendekatan ini dipilih apabila penulis berkeinginan untuk membuat deskripsi tentang suasana kondisi atau peristiwa-peristiwa. Penelitian kualitatif ini fokus kepada data yang sudah terkumpul dan mengandalkan pada data yang sudah diolah serta dianalisis, lalu berpusat pada terbentuknya suatu kesimpulan ataupun teori (Aslichati, et al. 2022). Adapun teknik pengumpulan data yang pertama yaitu dengan wawancara. Di mana penulis melakukan pengumpulan data dengan bertanya secara langsung kepada pemilik usaha ataupun *owner* dari Mie Pedas Jajanan Milenialku supaya mendapatkan keterangan yang jelas dan akurat. Di dalam wawancara ini, penulis melakukan percakapan dan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemilik usaha tersebut. Untuk teknik pengumpulan data yang kedua yaitu observasi, yang di mana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian yaitu ke lokasi Mie Pedas Jajanan Milenialku yang ada di Desa Lubuk Alai, Kec. Kapur IX, Kab. Limapuluh Kota, Sumatera Barat. Di dalam melakukan observasi, peneliti mengamati apa saja produk yang digunakan dalam pembuatan mie pedas ini, bagaimana takaran porsi yang disajikan, bagaimana tingkat kematangan berupa tekstur dari produk, dan juga mengamati cara pembuatan mie nya serta kemasan seperti apa yang digunakan. Selain itu, peneliti juga akan melakukan dokumentasi berupa pengambilan beberapa foto produk yang sudah siap untuk dijual, baik itu foto dari mie pedas, mie kuah, mie tek-tek, dan mie goreng

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mie Pedas Jajanan Milenialku memulai usahanya pada tanggal 21 Maret 2021 oleh Cicia Helkorizon sebagai pemilik usaha atau *owner* dari usaha ini. Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan oleh Mie Pedas Jajanan Milenialku meliputi 4P, yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).

Produk (Product)

Adapun 4P yang pertama yaitu Produk (*Product*). Mie Pedas Jajanan Milenialku menjual produk berupa makanan yang bahan dasarnya dari mie dengan tingkatan level pedas yang beragam dan berbagai varian *topping* yang bisa disesuaikan dengan selera konsumen ataupun pelanggan. Adapun beberapa topingnya seperti telur, sosis, dan bakso. Untuk tingkat level pedasnya dimulai dari level 1 yang tidak terlalu pedas sampai dengan level yang paling pedas yaitu level 5. Seluruh menu yang tersedia di Mie Pedas Jajanan Milenialku dapat dikonsumsi oleh semua kalangan dikarenakan pelanggan bisa menentukan level pedasnya sesuai dengan keinginan dari pelanggan atau konsumen tersebut, apalagi kalangan milenial yang sangat menyukai makanan pedas. Oleh karena itulah mie pedas ini dinamakan atau memiliki merek yaitu Mie Pedas Jajanan Milenialku. Mie yang digunakan oleh Mie Pedas Jajanan Milenialku adalah Indomie Goreng Jumbo yang mana untuk porsi mie nya sangat banyak dengan harga yang masih terjangkau oleh konsumen. Untuk tekstur rasa pedas yang dihadirkan memakai cabai rawit hijau panjang asli pilihan yang sudah dicuci dan dimasak terlebih dahulu sehingga terjamin kebersihannya. Mie Pedas Jajanan Milenialku ini memiliki bumbu sendiri untuk pembuatan cabainya. Dalam proses memasak cabai, pemilik dari mie pedas ini sudah memiliki takaran bumbu yang pas untuk mie pedasnya. Ini lah yang membedakan Mie Pedas Jajanan Milenialku dengan mie pedas yang lain. Semua bahan-bahan yang digunakan berkualitas baik dan halal dalam produksi produknya. Mie Pedas Jajanan Milenialku selalu mengedepankan kualitas dan juga mengutamakan kepuasan pelanggan. Dengan demikian pelanggan selalu melakukan pembelian dan menjadi pelanggan yang setia. Selain menjual mie pedas, ada beberapa varian mie lainnya yang dijual oleh Mie Pedas Jajanan Milenialku, ini tujuannya supaya konsumen atau pelanggan memiliki pilihan lain. Namun mie pedas lah yang menjadi *icon* dari usaha ini karena mie pedas yang paling banyak peminatnya. Varian mie lainnya dapat dijabarkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1. Varian menu mie

No	Nama Mie	Komposisi	Topping
1.	Mie Pedas level 1 - 5	Indomie Goreng Jumbo, cabai rawit hijau, memiliki bumbu sendiri dalam proses memasak cabai, sawi, bumbu indomie, sedikit air rebusan mie (agar mie pedasnya tidak kering).	Bakso, Sosis, Telur
2.	Mie Tek-tek	Indomie Goreng Jumbo, sawi, telur, bumbu indomie, cabai mie pedas, kecap.	Bakso, Sosis
3.	Mie Kuah original, level sedang, level pedas	Supermi Ayam Goreng, bumbu Supermi, sawi, cabai rawit kecil, cabai mie pedas (jika level sedang dan pedas)	Telur

Sumber: Mie Pedas Jajanan Milenialku

Mie Pedas Jajanan Milenialku memilih *styrofoam* untuk digunakan dan dijadikan kemasan dikarenakan *styrofoam* ini dapat menahan suhu, sehingga suhu benda yang ada di dalamnya pun tetap terjaga, kemudian diberi alas berupa kertas bungkus nasi di dalam *styrofoam* tersebut yang sudah digunting kecil sesuai dengan ukuran *styrofoam* agar kebersihan mie pedasnya tetap terjaga. Ini berlaku untuk yang *take away* atau di bawa pulang. Sedangkan untuk yang makan di tempat atau di *outlet*, Mie Pedas Jajanan Milenialku menggunakan piring plastik agar tidak mudah pecah apabila terjatuh, dan beberapa juga diberi alas berupa bungkus nasi yang sudah digunting menjadi bentuk

bunga sesuai dengan ukuran piringnya. Apabila ada pelanggan yang *order* mie pedas untuk di bawa pulang atau *take away*, konsumen dipersilakan untuk menunggu terlebih dahulu dan duduk di kursi yang telah disiapkan. Berikut adalah kemasan yang digunakan oleh Mie Pedas Jajanan Milenialku.



Gambar 1. Produk dalam kemasan



Gambar 2. Produk yang makan di tempat

Harga (Price)

Bauran pemasaran yang kedua yaitu Harga (*Price*). Untuk harga pada Mie Pedas Jajanan Milenialku menetapkan harga yang ramah di kantong para pelajar dan masih bisa terjangkau untuk seluruh kalangan. Harga merupakan salah satu variabel bauran pemasaran yang juga penting bagi penjual dalam mencapai pasar sasaran dan untuk menarik konsumen. Penetapan harga oleh Mie Pedas Jajanan Milenialku ini juga berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk modal produksi, keuntungan yang akan diambil, dan juga biaya pengeluaran lainnya. Selain itu, mie pedas ini menetapkan harga yang sesuai dengan harga pesaing bagi konsumen dengan kualitas yang baik dan juga mie pedas ini memberikan harga spesial atau potongan harga (*discount*) di hari-hari tertentu, misalnya hari ulang tahun *owner* atau pemilik usaha Mie Pedas Jajanan Milenialku, hari lebaran, hari ulang tahun Mie Pedas Jajanan Milenialku, dan juga ada potongan harga untuk konsumen yang membeli dalam jumlah banyak, misalnya pembelian lebih dari 8 kotak. Ini adalah salah satu strategi pemasaran yang Mie Pedas Jajanan Milenialku lakukan agar konsumennya loyal. Tabel harga dapat dipaparkan di bawah ini:

Tabel 2. Daftar harga

No	Nama Mie	Toping	Harga
1.	Mie pedas level 1 - 5	Telur	Rp12.000
2.	Mie pedas level 1 - 5	Telur + Sosis	Rp14.000
3.	Mie pedas level 1 - 5	Telur + Bakso	Rp13.000

4.	Mie pedas level 1 - 5	Sosis	Rp12.000
5.	Mie pedas level 1 - 5	Bakso	Rp11.000
6.	Mie pedas level 1 - 5	-	Rp10.000
7.	Mie pedas level 1 - 5	Telur + Sosis + Bakso	Rp15.000
8.	Mie Tek-tek	-	Rp12.000
9.	Mie Tek-tek	Sosis	Rp14.000
10.	Mie Tek-tek	Bakso	Rp13.000
11.	Mie Tek-tek	Sosis + Bakso	Rp15.000
12.	Mie Kuah original, level sedang, level pedas	Telur	Rp12.000
13.	Mie Kuah original, level sedang, level pedas	-	Rp10.000
14.	Mie Goreng	-	Rp10.000
15.	Mie Goreng	Bakso	Rp11.000
16.	Mie Goreng	Sosis	Rp12.000
17.	Mie Goreng	Telur	Rp12.000
18.	Mie Goreng	Telur + Sosis	Rp14.000
19.	Mie Goreng	Telur + Bakso	Rp13.000
20.	Mie Goreng	Telur + Sosis + Bakso	Rp15.000

Sumber: Mie Pedas Jajanan Milenialku

Tempat (Place)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang ketiga dari Mie Pedas Jajanan Milenialku adalah Tempat (*Place*). Lokasi adalah kombinasi antara keputusan lokasi dan saluran distribusi, yang di mana produk disampaikan kepada pelanggan. Mie Pedas Jajanan Milenialku melakukan penjualan secara langsung yang *outlet* penjualannya beralamat di Desa Lubuk Alai, Kec. Kapur IX, Kab. Limapuluh Kota, Sumatera Barat. Saluran distribusi yang digunakan oleh Mie Pedas Jajanan Milenialku adalah saluran distribusi langsung, yang di mana penyalurannya langsung dari produsen kepada konsumen. Untuk distribusi langsung yang dilakukan, diawali dengan melakukan pemasaran produk dan dipesan/*order* melalui berbagai sosial media seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* atau bisa juga konsumen datang langsung ke *outlet* Mie Pedas Jajanan Milenialku untuk membeli produknya. Lokasi dari *outlet* nya sendiri cukup strategis karena berada di pinggir jalan raya dan tidak terlalu jauh dari pasar lama Lubuk Alai, Kec. Kapur IX, Kab. Limapuluh Kota. Ini sangat memudahkan konsumen ataupun pelanggan jika ingin membeli mie pedas tersebut. Mie Pedas Jajanan Milenialku buka setiap hari, mulai dari jam 11.00 WIB hingga jam 22.00 WIB. Selain itu, penjualannya bisa *delivery* untuk area Desa Lubuk Alai. Untuk *delivery*, harganya ditambah Rp1.000. Pengantaran produk dilakukan oleh *owner* langsung dan terkadang dibantu juga oleh adik dari *owner* tersebut. Dikarenakan Mie Pedas Jajanan Milenialku belum memiliki karyawan untuk jasa *delivery*. Untuk jasa *delivery* memiliki batas waktu yang dimulai dari jam 13.00 WIB hingga jam 17:00 WIB. Penjualan mie pedas ini sampai ke desa- desa lainnya dan bahkan untuk konsumen yang jauh dari Desa Lubuk Alai sudah beberapa kali

order dikarenakan Mie Pedas Jajanan Milenialku rasanya enak dan pelayanannya pun juga ramah dan baik.

Promosi (*Promotion*)

Adapun 4P terakhir yang dilakukan Mie Pedas Jajanan Milenialku yaitu Promosi (*Promotion*). Dalam melakukan promosi, mie pedas ini lebih membentangkan jangkauan lebih luas, baik melalui sosial media (*Instagram, WhatsApp, Facebook*) dan juga dari teman ke teman yang disampaikan melalui mulut ke mulut. Di media sosial Mie Pedas Jajanan Milenialku selalu *update* supaya pelanggan bisa tahu lebih detail mulai dari produk, *topping*, harga, testimoni dan lain sebagainya. Cara ini dilakukan *owner* untuk mempromosikan dan menawarkan produk yang laris terjual. Selain itu, *owner* juga selalu *update* misalnya saat *outlet* tidak buka, hari dimana tidak berjualan, batas waktu berjualan, dan lain sebagainya. Jadi, konsumen pun mengetahui info-info *update* dari media sosial tersebut. Untuk penjualan yang paling banyak yaitu di *Facebook* karena jangkauannya lebih luas. Hal tersebut terbukti dari mulai banyaknya konsumen dari luar Desa Lubuk Alai yang mengetahui dan membeli mie pedas ini. Semakin banyak konsumen yang berdatangan, maka semakin meningkatkan penjualan Mie Pedas Jajanan Milenialku. Pada jaman yang canggih seperti sekarang ini, memanfaatkan sosial media seperti *Facebook* dan *Instagram* merupakan cara yang bagus dan progresif. Selain orang dewasa, remaja milenial pun juga memiliki *Facebook* dan target *marketing* lebih banyak di *Facebook*. Namun walaupun promosinya lebih luas di *Facebook*, pemesanan tetap lebih banyak atau tetap dilakukan di *WhatsApp*. Dikarenakan untuk promosi di *Facebook* maupun *Instagram*, Mie Pedas Jajanan Milenialku ini mencantumkan nomor *WhatsApp owner*, jadi untuk pemesanan tetap melalui *WhatsApp*.

SIMPULAN

Berdasarkan keterangan hasil penelitian mengenai penerapan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang dilakukan Mie Pedas Jajanan Milenialku, dapat disimpulkan bahwa penerapan *marketing mix* pada Mie Pedas Jajanan Milenialku sudah baik dengan menerapkan *marketing mix* 4P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*) yang keseluruhannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk yang dijual yaitu mie pedas dengan tingkatan level pedas yang berbeda, dari level 1 sampai level 5 dan berbagai varian *topping* yang dapat disesuaikan dengan selera konsumen. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp10.000 – Rp15.000. Mie pedas ini menetapkan harga yang ramah di kantong para pelajar (anak milenial) dan masih dapat terjangkau untuk semua kalangan serta memberikan potongan harga di hari-hari tertentu. Mie Pedas Jajanan Milenialku beralamat di Desa Lubuk Alai, Kec. Kapur IX, Kab. Limapuluh Kota, Sumatera Barat yang melakukan saluran distribusi langsung dengan melakukan pemasaran produk dan dipesan/*order* melalui berbagai sosial media seperti *Instagram, Facebook, dan WhatsApp* atau bisa juga konsumen datang langsung ke *outlet* mie pedasnya. Selain itu, sistem *delivery* juga dilakukan oleh *owner* sendiri untuk area Desa Lubuk Alai. Mie Pedas Jajanan Milenialku buka setiap hari mulai dari jam 11.00 – 22.00 WIB. Promosi yang dilakukan Mie Pedas Jajanan Milenialku memanfaatkan media sosial seperti *Facebook, Instagram, WhatsApp* yang memiliki jangkauan luas dan ini merupakan cara yang bagus dan progresif pada jaman sekarang. Selain media sosial, promosi juga dilakukan dari teman ke teman yang disampaikan melalui mulut ke mulut. Dengan demikian, hal ini menyatakan atau menunjukkan bahwa penerapan *marketing mix* pada Mie Pedas Jajanan Milenialku sudah baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslichati, L., Prasetyo, B., Irawan, P. (2022). *Metode Penelitian Sosial*. Universitas Terbuka.
- Dharmmesta, B., S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Terbuka.
- Haryanto, M., Saudi, N. S., Anshar, M. A., Hatta, M., Lawalata, I. L. D. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *YUME: Journal Of Management*, 5(1), 222 – 237.
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis di Kaliwungu). *Jurnal ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(1), 76 – 82.
- Memah, D., Tumbel, A., Rate, P. V. (2015). Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Citraland Manado. *Journal EMBA*, 3(1), 1263 – 1273.
- Ningrum, D. P. (2020). Bauran Pemasaran Pada Bisnis Chockles Es Cokelat Di Kota Yogyakarta. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 3(1), 1 – 13.
- Nurmalasari, N. & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Journal Of Management Review*, 4(3), 543 – 548.
- Simamora, B. (2022). *Pemasaran Strategik*. Universitas Terbuka.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sumirahwati., Subandi., Saidah, D., Wahyuni, R. E. (2021). Bauran Pemasaran PT. Budiraya Tataprima Dalam Penentu Minat Pembeli. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 10(2), 2252 – 6226.
- Ulus, A. A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1134 – 1144.