

STRATEGI PEMASARAN ROTI PADA USAHA ROTI ANDALAS BAKERY DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Roti Andalas Bakery yang beralamat di Komp. Singgalang blok B1 No. 16 Padang. Tujuan penelitian (1) Mendeskripsikan Usaha Roti Andalas Bakery, (2) Merumuskan strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh Usaha Roti Andalas Bakery dengan analisis internal dan eksternal perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Analisa yang digunakan adalah Analisa deskriptif kualitatif dan kuantitatif pada tujuan pertama, untuk tujuan kedua digunakan analisis kuantitatif dengan menganalisa faktor eksternal dan internal usaha Andalas Bakery. Usaha Roti Andalas Bakery merupakan usaha kecil dengan jumlah tenaga kerja 13 orang, produknya dijual di Warung dan Toko yang tersebar di Kota Padang. Bahan baku langsung dibeli dari agen Cakra Kembar, Toko KIM dan Mekar sistem pembayaran bahan baku adalah tunai. Produk yang dihasilkan adalah roti isi dengan isi rasa coklat, kelapa, dan nenas, harga produk ditingkat pelanggan adalah sama dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing, distribusi yang digunakan adalah distribusi tidak langsung, usaha Andalas Bakery menerapkan system pesanan terhadap produk yang diproduksi, para distributor akan memesan produk kepada pihak usaha Andalas Bakery dan pihak usaha akan memproduksi sesuai dengan pesanan distributor. Promosi yang digunakan adalah dengan memperkenalkan langsung kepada pengecer dan konsumen (*personal selling*), aspek teknologi dalam pengemasan yang digunakan oleh industri masih sederhana. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Usaha Andalas Bakery untuk meningkatkan volume penjualan adalah (1) melakukan promosi, (2) memperluas wilayah pemasaran, (3) meningkatkan daya tarik produk, (4) meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Prioritas strategi yang didapat adalah meningkatkan daya tarik produk dengan cara membuat desain kemasan yang menarik dan juga pihak usaha harus melakukan promosi agar produk dapat di kenal oleh masyarakat.

Kata kunci: *strategi, pemasaran,*

THE MARKETING STRATEGY OF ANDALAS BAKERY BUSSINES IN PADANG

ABSTRACT

The research was conducted in Andalas Bakery at Singgalang B1/16 padang. The aims of the research are : 1) to describe Andalas Bakery business, 2) to device the marketing strategy that can be implemented by Andalas Bakery through internal and external analysis of the company to increase sales volume. The research uses descriptive method. The data were analyzed by using qualitative and quantitative analysis for the first objective, and quantitative analysis was applied for the second objective by analyzing internal and eksternal factors of Andalas Bakery business. Andalas Bakery is a small business with total of 13 workers, the products are sold in stalls and shops in Padang. The raw materials are purchased from Cakra Kembar, KIM Shop, and Mekar Shop throught cash payment. Varieties of the bread product are chocolate, coconut, and pineapple. Prices of the products for customers is equal as the price from the competitors. Mode of distribution is indirect. Andalas Bakery set up a pre-order system for their product. Distributors order the products directly to Andalas Bakery. Andalas Bakery sells their product to retailers and customer (personal selling). From the technological aspect packaging of the products is still modest. Marketing strategy that can be implemented by Andalas Bakery in order to increase sales volume are (1) promotion, (2) expanding the area of marketing, (3) improving attractiveness of the products, and (4) increasing consumers trust. The research suggest priority strategy, namely improving the attractiveness of products through packaging design and also, improving promotion of the products.

Key words : *Strategy, Marketing*