

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Transformasi sektor pertanian ke sektor industri bagi negara berkembang seperti Indonesia tidaklah dapat dihindarkan, karena Indonesia beranjak dari negara agraris menuju negara industri yang maju, maka peranan sektor pertanian masih tetap mewarnai kemajuan sektor industri, karena itulah diperlukan suatu kondisi struktur ekonomi yang seimbang antara bidang industri kuat dengan dukungan pertanian yang tangguh (Soekartawi, 1999: 58). Menurut Bappeda TK I Sumatera Barat *cit* Rusianti (2005) usaha pertanian harus dikembangkan menjadi usaha agroindustri dimana pertanian sebagai penyedia bahan baku dan industri sebagai pengolah bahan baku tersebut, sehingga pertanian seiring dengan pembangunan industri dan kedua sektor tersebut mempunyai keterkaitan yang sangat erat.

Menurut Saragih (1999: 4), agroindustri merupakan salah satu bentuk industri hilir yang berbahan baku produk pertanian dan menekankan pada produk olahan dalam suatu perusahaan atau industri. Disamping itu, agroindustri juga merupakan tahapan pembangunan sebagai kelanjutan pembangunan pertanian sebelum mencapai pembangunan industri. Kegiatan dari industri kecil atau menengah sekarang ini lebih diarahkan ke sektor agroindustri. Perkembangan industri di Sumatera Barat yang mengarah ke sektor agroindustri dan agribisnis baik yang berskala kecil maupun menengah semakin pesat (BPS Sumbar, 2009).

Dari berbagai sumber industri yang termasuk dalam kelompok industri makanan yang mengolah hasil pertanian di kota Padang adalah industri roti, dimana industri ini melakukan proses produksi dengan mengolah tepung terigu, gula, susu, telur dan mentega menjadi produk yang bernilai tambah dan siap dikonsumsi.

Prospek industri roti di Indonesia cukup cerah. Hal ini tidak terlepas dari semakin populernya roti di kalangan konsumen Indonesia dan didukung oleh pendapatan masyarakat yang semakin meningkat. Mengonsumsi roti juga dianggap dapat meningkatkan gengsi dengan harga yang terjangkau. Roti adalah

makanan yang praktis, tidak memerlukan persiapan yang lama. Semakin tinggi kesibukan masyarakat khususnya kota-kota besar menyebabkan kebutuhan roti semakin tinggi. Bahkan tidak sedikit negara-negara maju menjadikan roti sebagai makanan pokoknya (Sibarani, 2011).

Menurut Rangkuti (2008: 12) strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat (*incremental*) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Ditambahkan oleh David (2004: 41) strategi adalah bakal tindakan yang menurut keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan untuk merealisasikannya. Strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun.

Dalam pengembangan industri roti tentunya tidak terlepas dari kegiatan pemasaran produk roti tersebut. Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa dalam rangka memuaskan tujuan individu dan organisasi (Chandra, 2002: 112). Pada dunia usaha saat ini pemasaran merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan produksi yang dilakukan. Menurut Kotler (2002: 65) pemasaran merupakan suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Strategi pemasaran merupakan aspek yang penting. Bila Strategi pemasaran berjalan dengan baik, maka proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa dalam rangka memuaskan tujuan individu dan organisasi dapat dicapai dengan baik. Oleh karena itu peranan Strategi pemasaran menjadi amat penting. Perumusan strategi pemasaran didasarkan analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut

juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Adanya persaingan dari usaha lain yang sejenis, baik dalam pengelolaan produksi maupun pemasaran produk akan mempengaruhi penerimaan laba yang akhirnya mempengaruhi perkembangan usaha. Melihat kondisi tersebut maka setiap usaha harus memperhatikan aspek pemasaran produknya, karena pemasaran merupakan faktor penentu bagi besarnya volume penjualan produk yang berarti mempengaruhi keuntungan usaha. Pihak usaha harus memilih dan menetapkan strategi pemasaran yang berkaitan erat dengan jalannya usaha yaitu variabel produk, harga, promosi, dan distribusi sehingga upaya usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan produk dapat tercapai (Stanton, 1996: 12).

Jadi, pentingnya strategi pemasaran dalam sebuah usaha sangat menentukan bagaimana perkembangan dan kelangsungan hidup usaha. Perumusan strategi pemasaran yang baik akan menjadikan sebuah usaha mampu bersaing dengan usaha lain terutama yang menghasilkan produk sejenis. Strategi pemasaran tersebut dapat dijadikan sebagai alat dalam pencapaian tujuan usaha dalam memenangkan persaingan. Pencapaian dalam memenangkan persaingan tersebut dapat dilakukan oleh setiap pihak usaha dengan memperhatikan semua variabel yang mendukung keberhasilan pemasaran usaha. Selain itu, pentingnya perumusan strategi tersebut dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menguasai pasar. Dengan demikian penting untuk dilakukan penelitian mengenai strategi pemasaran.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan data Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pertambangan Kota Padang Tahun 2010, Sektor industri hasil pertanian dan kehutanan merupakan sektor yang paling besar diantara sektor-sektor yang lain seperti: industri logam dan mesin elektro, industri kimia, dan industri aneka. Sektor industri hasil pertanian dan kehutanan merupakan sektor yang paling besar baik dari segi penyerapan tenaga kerja serta nilai investasi yang ditanamkan. Dari segi

penyerapan tenaga kerja sektor industri hasil pertanian dan kehutanan tercatat sebanyak 8.147 orang, sedangkan dari segi nilai investasi yang ditanamkan tercatat sebanyak 1.438 unit (Lampiran 1).

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pertambangan 2010, usaha pengolahan hasil pertanian yang termasuk kedalam industri makanan adalah industri yang berbasis tepung terigu yang memiliki jumlah unit usaha dan jumlah tenaga kerja terbanyak adalah industri roti. Terdaftar sebanyak 111 unit usaha, 307 orang tenaga kerja wanita, dan 270 orang tenaga kerja pria yang ada pada industri roti (Lampiran 2). Usaha roti Andalas Bakery adalah usaha roti yang beralamat di Komp. Singgalang blok B1 No. 16 Padang. Usaha yang berdiri sejak tahun 2005 ini memproduksi berbagai macam jenis roti seperti: roti isi coklat, roti isi kelapa, dan roti isi nenas.

Usaha roti Andalas Bakery memiliki visi berupa “Menjadi pilihan yang utama bagi konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas, menyehatkan dan harga terjangkau”. Dengan misi : (1) Menjaga kualitas dan terus berinovasi, (2) Memberikan harga produk yang terjangkau oleh masyarakat, (3) Meningkatkan mutu dan kualitas, mengedepankan proses dalam pengolahan produksi yang terjamin baik dari bahan yang berkualitas dan rapi. Walaupun visi dan misi ini tidak tertulis namun pemilik usaha berharap dapat mencapai visi dan misi tersebut. Untuk mencapai visi dan misi, pihak usaha harus lebih memperhatikan sistem pemasarannya, karena dengan sistem pemasaran yang baik dapat mewujudkan tujuan usaha dari usaha Roti Andalas Bakery yaitu memperkenalkan produk dengan memperluas daerah pemasaran dan meningkatkan permintaan dan volume penjualan.

Mengacu pada kriteria industri dan perdagangan Departemen Industri, Perdagangan dan Pertambangan Kota Padang, maka usaha roti Andalas Bakery ini tergolong ke dalam kategori industri kecil yang memiliki 5 - 19 orang jumlah tenaga kerja (Lampiran 3) karena usaha ini mempekerjakan 13 orang tenaga kerja, dimana 12 orang diantaranya sebagai tenaga kerja bagian produksi (3 orang bagian pengolahan/pencampuran adonan, 2 orang bagian pemanggangan adonan, 4 orang bagian pemotongan, 3 orang bagian pengemasan) dan 1 orang merupakan

tenaga kerja bagian pemasaran sekaligus pimpinan / pemilik usaha. Segala keputusan yang berkaitan dengan produksi, keuangan dan pemasaran produk dilakukan oleh pimpinan usaha.

Pemilihan usaha ini untuk diteliti dikarenakan usaha termasuk kedalam kategori usaha kecil yang memiliki modal usaha yang tidak besar dan pengelolaannya pun masih sederhana belum menggunakan teknologi yang maju dan memiliki desain kemasan yang masih sederhana. Usaha roti Andalas ini tidak terdaftar di dalam Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Energi Kota Padang. Hal ini menyebabkan usaha roti Andalas tidak mendapat binaan khusus dari pihak dinas. Sehingga, pemilik usaha roti Andalas Bakery ini tidak mendapatkan ilmu atau cara untuk membuat usahanya ini lebih maju. Berdasarkan survey pendahuluan, harga jual roti isi di tingkat distributor adalah Rp 700,-/bungkus. Sedangkan harga roti isi pada tingkat pengecer di warung adalah Rp 800,-/bungkus. Dalam memasarkan produknya, usaha Andalas Bakery menggunakan saluran pemasaran (distribusi) tidak langsung. Distribusi tidak langsung yaitu dengan melalui tenaga pemasaran kepada pedagang pengecer, kemudian baru sampai ke tangan konsumen akhir. Dari pertama kali berdiri hingga saat ini usaha Andalas Bakery belum pernah melakukan promosi melalui media massa ataupun media elektronik.

Berdasarkan keterangan pemilik usaha roti Andalas Bakery sejak 5 tahun belakangan sulit untuk meningkatkan volume penjualannya yang disebabkan ketatnya persaingan antar sesama usaha roti dan beralihnya selera konsumen kepada produk roti lainnya sehingga volume penjualan roti Andalas Bakery cenderung mengalami penurunan. Penurunan volume penjualan roti Andalas Bakery dari tahun 2009 sampai 2014 adalah kurang lebih mencapai 50 % (Lampiran 4). Ketatnya persaingan dapat dilihat dari rasa dan kemasan produk roti yang di hasilkan oleh pesaing. Dari segi pemasaran, pesaing lebih memikirkan kemasan yang lebih menarik dari produk roti Andalas Bakery.

Usaha roti Andalas Bakery ini tidak terlepas dari siklus kehidupan bisnis dimana perusahaan mengalami kemajuan dan kemunduran usaha. Untuk mengatasi hal tersebut, perlu adanya upaya dari pemilik usaha untuk meningkatkan pangsa pasar agar usaha tersebut dapat bertahan. Dalam hal ini

perusahaan harus memperhatikan pemasaran produknya karena pemasaran merupakan faktor penentu terhadap besarnya volume penjualan produk yang dapat mempengaruhi dalam memperoleh keuntungan perusahaan. Sehingga perusahaan harus memilih dan menetapkan strategi yang berkaitan erat dengan jalannya usaha agar upaya perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan dapat tercapai.

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah profil usaha roti Andalas Bakery ?
2. Strategi pemasaran apa yang dapat diterapkan oleh usaha roti Andalas Bakery ?

Untuk itu penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Pada Usaha Roti Andalas Bakery di Kota Padang”**.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan profil usaha roti Andalas Bakery.
2. Merumuskan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh usaha roti Andalas Bakery.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Penulis, memberikan pengetahuan kepada penulis bagaimana cara merumuskan strategi pemasaran suatu perusahaan.
2. Pemilik usaha, agar dapat menjadikannya sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran produknya secara efektif dan efisien dalam rangka pengembangan usaha di masa mendatang.
3. Universitas, sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi mahasiswa.

