

**STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI ROTI AMERICAN BAKERY  
DI KOTA PADANG**

**OLEH**

**MUTHIA LIZA  
04114012**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2010**

## STRATEGI PEMASARAN ROTI PADA INDUSTRI AMERICAN BAKERY DI KOTA PADANG

### Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada Industri American bakery yang beralamat di Jalan jati Parak Salai I No 1 Padang. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus sampai September 2010. Tujuan penelitian (1) Mendeskripsikan Industri American Bakery, (2) Merumuskan strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh Industri American Bakery dengan analisis internal dan eksternal perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisa deskriptif kualitatif yaitu untuk mengetahui gambaran industri dan untuk tujuan kedua digunakan analisis kualitatif dengan menganalisa faktor eksternal dan internal perusahaan dengan menggunakan matrik SWOT.

Industri American Bakery berdiri pada tahun 1996, dibawah pimpinan Bapak Burhanto. Industri merupakan industri kecil dengan jumlah tenaga kerja 16 orang, produknya dijual di 25 pedagang pengecer (Toko/ Swalayan). Bahan baku langsung dibeli dari agen produsen Boga Sari dan untuk bahan penolong seperti mentega, telur, gula, tepung susu, keju, garam, pengembang roti dibeli di Toko KIM dan Mekar sistem pembayaran bahan baku adalah tunda bayar. Produk yang dihasilkan adalah roti tawar termasuk kedalam produk konsumsi, harga produk ditingkat pelanggan adalah sama dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing, dengan menggunakan kombinasi antara penetapan biaya tambahan (*Cost Plus Pricing*) dan keputusan kekuatan pasar (*Going Rate Pricing*), distribusi yang digunakan adalah distribusi tidak langsung, promosi digunakan adalah promosi dari mulut kemulut (*personal selling*), aspek teknologi dalam pengemasan yang digunakan oleh industri masih sederhana.

Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh industri untuk meningkatkan volume penjualan adalah (1) Melakukan diversifikasi/ penambahan terhadap produk yang dihasilkan untuk menghadapi pesaing, yaitu menghasilkan produk dengan rasa baru seperti roti tawar pandan, roti tawar coklat dan roti manis (2) Memperbaiki dan meningkatkan kualitas rasa dan aroma roti tawar agar konsumen tetap setia mengkonsumsi roti tawar dengan cara mengganti jenis mentega kiloan yang biasa digunakan dengan mentega yang berkualitas (3) Memperbaiki kemasan untuk meningkatkan kemasan yang masih sederhana.

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Peranan sektor pertanian di dalam pembangunan nasional sangat berarti karena sektor ini mampu menyerap sumber daya yang paling besar dan memanfaatkan sumber daya yang ada serta merupakan sumber pendapatan mayoritas penduduk Indonesia. Sektor pertanian juga merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai tujuan yaitu menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pendapatan (Soekartawi, 2003).

Salah satu peran strategis sektor pertanian adalah menghasilkan bahan pangan bagi seluruh penduduk dunia. Pemenuhan kebutuhan pangan harus dilakukan karena pangan merupakan kebutuhan dasar bagi manusia. Oleh karena itu, upaya pemenuhan kebutuhan pangan harus dilakukan secara adil dan merata bagi seluruh penduduk Indonesia (Sawit, 2000). Pentingnya upaya pemenuhan kebutuhan pangan telah mendorong berkembangnya berbagai jenis industri yang mengolah hasil pertanian.

Sektor industri termasuk Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan sektor yang mempunyai peranan yang sangat strategis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi seperti peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja serta peningkatan devisa. Untuk mencapai daya saing yang tinggi pada pasar dalam negeri maupun untuk tujuan ekspor, perlu dilakukan upaya transformasi keunggulan komperatif menjadi keunggulan kompetitif melalui peningkatan produktifitas. Oleh karena itu arah pengembangan industri kecil di Indonesia adalah dengan menggunakan atau meningkatkan keunggulan ilmu dan pengetahuan atau konsep klaster industri (Depperindag Tamben, 2007).

Sektor industri di Sumatera Barat didominasi oleh industri kecil yang mengolah hasil pertanian, ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah unit usaha dan tenaga kerja pada industri kecil yang mengolah hasil pertanian dan kehutanan yang dapat memberikan nilai tambah bagi perekonomian di Sumatera Barat (Lampiran 1). Menurut BPS Sumbar (2008), Sektor industri hasil pertanian dan kehutanan merupakan sektor yang paling besar baik dari segi penyerapan tenaga

tenaga kerja serta nilai investasi yang ditanamkan dari tahun 2003 sampai tahun 2007 (Lampiran 2).

Sandra (2002) menyatakan bahwa dalam perkembangannya, agroindustri dapat mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar (padat karya). Selanjutnya Soekartawi (2003) menjelaskan bahwa tujuan pengembangan agroindustri antara lain : (a) menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, (b) menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, (c) menciptakan nilai tambah dan (d) menciptakan lapangan kerja serta memperbaiki pembagian pendapatan. Dalam perkembangannya, kegiatan agroindustri dapat berada dalam skala kecil yang tradisional sampai pada skala besar yang modern.

Program pembangunan industri dan perdagangan di Sumatera Barat diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri dan agribisnis skala kecil dan menengah dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia di daerah sampai ke pedesaan sehingga dapat menyerap tenaga kerja setempat atau berdampak positif terhadap pengembangan program padat modal dan padat karya (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, 2007). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2008), bahwa perkembangan dan pertumbuhan sektor industri di Sumatera Barat cukup besar terhadap pembangunan ekonomi Sumatera Barat meskipun 99,48% industrinya merupakan industri kecil, salah satunya adalah industri makanan ringan. Hal ini didukung pula oleh potensi sumber daya alam berupa hasil-hasil pertanian yang pada umumnya merupakan bahan baku pangan sehingga dengan adanya pengolahan bahan baku tersebut dapat memberikan nilai tambah yang cukup tinggi.

Salah satu industri yang termasuk dalam kelompok industri makanan yang mengolah hasil pertanian di kota Padang adalah industri roti. Industri roti ini melakukan proses produksi dengan mengolah tepung terigu, gula, telur, susu bubuk dan cair, mentega atau margarine, ragi roti dan garam menjadi produk dengan nilai tambah dan siap dikonsumsi dengan kandungan gizi yang baik. Seiring dengan aktivitas yang semakin sibuk dan kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan bergizi, maka roti merupakan pilihan makanan alternatif di

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi Industri American Bakery, merupakan industri kecil dengan jumlah tenaga kerja 16 orang dan 25 pedagang pengecer tetap. Pengadaan bahan baku langsung dibeli dari agen produsen Boga Sari, sistem pembayaran bahan baku adalah konsinyasi. Produk yang dihasilkan oleh industri American Bakery adalah roti tawar, harga produk American Bakery ditingkat pelanggan adalah sama dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing, distribusi yang digunakan American Bakery adalah saluran distribusi tidak langsung karena konsumen akhir tidak langsung membeli ke industri tetapi melalui pedagang pengecer, promosi yang digunakan industri American Bakery adalah promosi dari mulut kemulut (*personal selling*) antar pelanggan, industri masih menggunakan cara yang sederhana dalam pengemasan.
2. Strategi pemasaran yang disetujui oleh perusahaan dengan menggunakan metode SWOT yang ditetapkan dengan diskusi partisipatif adalah (a) melakukan diversifikasi terhadap produk yang dihasilkan untuk menghadapi pesaing, yaitu dapat berupa penambahan produk roti tawar pandan, roti tawar coklat coklat atau roti manis, sehingga konsumen tidak bosan dengan produk yang sudah ada dan (b) memperbaiki dan meningkatkan kualitas rasa dan aroma roti tawar American agar konsumen tetap setia mengkonsumsi roti tawar American, karena salah satu alasan konsumen akhir mengkonsumsi roti tawar adalah roti tawar tersebut memiliki mutu yang baik (c) memperbaiki kemasan untuk memperbaiki kemasan yang masih sederhana

### 5.2 Saran

Industri disarankan agar benar-benar dapat melaksanakan strategi yang telah ditetapkan, yaitu memperbaiki dan meningkatkan kualitas rasa dan aroma roti tawar dan melakukan diversifikasi terhadap produk yang dihasilkan seperti penambahan produk rasa baru seperti roti tawar pandan, roti tawar coklat dan roti manis agar konsumen tetap setia dan tidak bosan dalam mengkonsumsi roti tawar American Bakery sehingga persaingan yang ada dapat diantisipasi. dapat untuk melaksanakan strategi yang telah ditetapkan dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan yang sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal dari industri American Bakery sendiri serta sesuai dengan kebutuhan industri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriyantono, A. 2006. "Bahan Pembuat Bakery dan Kue".  
<http://www.halalguide.info/content/view/410/38/>[8 Maret 2010]
- Asri, M. 1991. Marketing, AMP YKPN. Yogyakarta.
- Astawan, M. 2007. "Roti Lebih Oke Ketimbang Mie dan Nasi".  
<http://www.kompas.com/kesehatan/news/0407/05/113616.htm>[5 Maret 2010].
- Badan Pusat Statistik. 2008. "Statistik Industri Kecil dan Rumah tangga Sumatera Barat. BPS. Sumbar. Padang
- Chandra, G. 2002. *Manajemen Strategi*. Jakarta. PT. Prenhalindo. 258 hal.
- David, F.R. 2004. *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*. Edisi Kesembilan. Jakarta. PT. Indeks. 456 hal.
- Departemen Perindustrian Dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat. 2007. *Industri Perdagangan Sumatera Barat Dalam Angka*. Padang.
- Departemen Perindustrian Dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat. 2008
- Harita, 2009. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Keripik Balado Pada CV. Mahkota di Kota Padang*. Skripsi Fakultas Pertanian Unand. Padang
- Kla. 2004. " Hati - hati Pada Pangan Hasil Bioteknologi "   
[http://www.republika.co.id/suplemen/cetak\\_detail.asp?mid=5&id=180729&kat\\_id=105&kad1=147&kat-id2=208](http://www.republika.co.id/suplemen/cetak_detail.asp?mid=5&id=180729&kat_id=105&kad1=147&kat-id2=208). [14 Juli 2007]
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid II. Jakarta. Prenhallindo. 369 hal.
- Mubyarto. 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Mulyono, I dan Djohani. R. 1996. *Kebijakan dan Strategi Menetapkan Metode PRA Dalam Pengembangan Program*. Studio Driya Media. Bandung
- Nazir, M. 2003. *Metode Ilmiah*. Jakarta. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Prawirosentono, S. 2002. *Pengantar Bisnis Modern Study Kasus Indonesia dan Analisa Kuantitatif*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Purnama, L. 2002. *Strategi Marketing Plan*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 256 hal.
- Putra, Eriko Hardy. 2007. *Strategi Pemasaran Bunga Potong Anthurium (Anthurium Sp) di Kota Padang*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas. Padang.