STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN BIAYA PRODUKSI PADA INDUSTRI PRYANGAN BAKERY DI KOTA PADANG

OLEH

FITRAH SARI
04114023

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2010

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN BIAYA PRODUKSI PADA INDUSTRI PRYANGAN BAKERY DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada Industri Pryangan Bakery yang beralamat di Jalan Sawahan Dalam IV no. 44 Kecamatan Padang Timur Kota Padang. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September sampai Oktober 2009. Tujuan penelitian adalah membandingkan tingkat keuntungan industri selama bulan Mei dan Juni 2008 dan menganalisis strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran dalam menghadapi perubahan biaya produksi yang perlu diterapkan Industri Pryangan Bakery.

Metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Pengambilan responden dilakukan secara sengaja (*purposive*) dan spontanitas (*accidental*). Data primer didapatkan dari wawancara dengan pimpinan industri, konsumen dan pedagang pengecer. Data sekunder diperoleh dari Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang dan Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. Analisa data yang digunakan yaitu analisa kuantitatif dan kualitatif. Analisa kuantitatif digunakan untuk membandingkan besarnya keuntungan bulan Mei dan Juni 2008, sedangkan analisa kualitatif digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran dengan analisa internal dan eksternal dengan menggunakan metode SWOT.

Pada bulan Juni 2008 terjadi kenaikan harga bahan baku (tepung terigu, mentega dan telur) dan bahan penolong (gula). Kenaikan harga bahan baku dan bahan penolong ini menyebabkan keuntungan yang diterima oleh industri menjadi menurun pada bulan Juni 2008 sebesar Rp 5.279.100,- bila dibandingkan dengan keuntungan yang diterima pada bulan Mei 2008 sebesar Rp 43.327.200,-. Usaha-usaha yang dilakukan industri akibat penurunan keuntungan ini adalah dengan pengurangan tenaga kerja sebanyak dua orang. Keuntungan yang diperoleh industri sebesar Rp 14.739.500,-. Usaha lainnya yaitu dengan memproduksi roti kecil pada bulan Januari 2009. Keuntungan yang diperoleh industri bulan Januari 2009 dari produk roti tawar dan roti kecil adalah Rp 114.714.680,-.

Hasil bauran pemasaran diketahui bahwa roti tawar Pryangan memiliki mutu yang baik, namun dari rasa dan aroma produk tidak seenak dan sewangi produk roti tawar pesaing. Harga di tingkat pengecer merupakan harga jual industri, harga konsumen yang membeli produk ke pengecer ditetapkan langsung oleh industri, sedangkan konsumen yang membeli produk langsung ke industri diberikan potongan harga sebesar Rp 500,- untuk masing-masing jenis. Industri ini menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Promosi yang dilakukan melalui iklan radio. Strategi yang dapat dilakukan setelah perubahan biaya produksi adalah: (a) melakukan diversifikasi terhadap produk yang dihasilkan untuk menghadapi pesaing, seperti penambahan roti tawar coklat atau roti tawar coklat pandan dan (b) memperbaiki dan meningkatkan kualitas rasa dan aroma roti tawar Pryangan agar konsumen tetap setia mengkonsumsi roti tawar Pryangan.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peranan sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia tidak perlu diragukan, GBHN-pun telah memberikan amanat bahwa prioritas pembangunan diletakkan pada pembangunan ekonomi dengan titik berat pada sektor pertanian. Pembangunan dalam sektor pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian supaya mampu memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong kesempatan berusaha (Soekartawi, 2003).

Soekartawi (2003) menjelaskan lagi bahwa pembangunan dan perubahan struktur ekonomi tidak bisa dipisahkan dari sektor agroindustri dan agribisnis karena sektor agribisnis ini sangat ditentukan oleh kondisi agroindustri dalam masa sekarang dan masa akan datang dan pada akhirnya akan mempengaruhi struktur ekonomi secara keseluruhan dari masa mendatang. Pembangunan agribisnis merupakan strategi pembangunan ekonomi yang membangun industri hulu, usaha tani, industri hilir dan jasa penunjang secara simultan dan harmonis. Pembangunan agribisnis dilaksanakan dengan meningkatkan kegiatan ekonomi yang dihasilkan dari sumber daya yang dimiliki dan dapat diterima dalam kerangka pembangunan ekonomi kerakyatan dan ekonomi daerah (Saragih, 1999).

Pemberdayaan ekonomi kerakyatan tersebut menjadi penting dalam rangka pembangunan ekonomi daerah mengingat potensi sektor skala usaha kecil dan menengah cukup besar yang termasuk di dalamnya adalah usaha industri. Usaha industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku dan barang setengah jadi atau barang jadi menjadi barang yang bernilai tinggi untuk penggunaannya. Usaha industri tersebut terdiri dari tiga skala usaha yaitu industri besar, industri sedang dan industri kecil (Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, 2000).

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 Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat, 2002). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (1997), 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 segala kondisi waktu dan makan, salah satunya yaitu bakery. Pelaku usaha industri bakery di Indonesia umumnya didominasi oleh kalangan pengusaha berskala mikro, kecil dan menengah. Usaha mikro (beromzet kurang dari Rp 25.000.000,- per bulan) di industri bakery saat ini mencapai sekitar 55% dari total industri bakery, usaha kecil (beromzet kurang dari Rp 200.000.000,- per bulan) sekitar 30%, usaha menengah (beromzet kurang dari Rp 4.000.000.000,- per bulan) sekitar 10% dan usaha besar (beromzet lebih dari Rp 4.000.000.000,- per bulan) mencapai sekitar 5%. Industri bakery ini juga mampu menyerap sangat banyak tenaga kerja, baik tenaga kerja di sektor formal maupun informal (Hariyanto, 2009).

Perkembangan bisnis bakery di Indonesia menjadi bagian penting yang harus diperhatikan oleh seorang produsen guna memenuhi kebutuhan konsumennya. Semakin banyak peluang menggiurkan di bisnis bakery, semakin banyak pemain bakery sehingga semakin tinggi pula persaingan dalam bisnis ini. Pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan konsumen bakery akan menjadi arah dalam membuat produk bakery

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

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

1. Kenaikan harga bahan baku yang cukup signifikan yang terjadi pada bulan Juni menyebabkan terjadinya perubahan dalam struktur biaya produksi. Penerimaan yang diperoleh bulan Mei 2008 sebesar Rp 478.344.000,- dengan keuntungan Rp 43.327.200,- lebih besar daripada bulan Juni sebesar Rp 455.147.000,- dengan keuntungan yang diterima sebesar Rp 5.279.100,-. Usaha-usaha yang dilakukan perusahaan dalam menghadapi penurunan keuntungan ini adalah dengan mengurangi jumlah penggunaan tenaga kerja bagian produksi yang ditetapkan bulan November 2008 dengan keuntungan yang diperoleh industri sebesar Rp 14.739.500,- dan produksi roti kecil yang ditetapkan bulan Januari 2009 dengan keuntungan yang diperoleh industri sebesar Rp 114.714.680,-.
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 coklat atau roti tawar coklat pandan, sehingga konsumen tidak bosan dengan produk yang sudah ada dan (b) memperbaiki dan meningkatkan kualitas rasa dan aroma roti tawar Pryangan agar konsumen tetap setia mengkonsumsi roti tawar Pryangan, karena salah satu alasan konsumen akhir mengkonsumsi roti tawar adalah roti tawar tersebut memiliki mutu yang baik.

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 roti tawar coklat atau roti tawar coklat pandan walaupun harga bahan baku masih mengalami perubahan agar konsumen tetap setia dan tidak bosan dalam mengkonsumsi roti tawar Pryangan sehingga persaingan yang ada dapat diantisipasi. Untuk strategi yang tidak diterima oleh industri disarankan agar dapat dilaksanakan pada masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Asri, Marwan. 1991. *Marketing*. UPP – AMP YKPN. Yogyakarta

Badan Pusat Statistik. 1997. *Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat*. BPS Sumbar. Padang

David, F.R. 2004. *Manajemen Strategi: Konsep-Konsep*. Edisi Kesembilan. PT. Indeks. Jakarta.

[Depkeu]. 2007. *Pengaruh Kenaikan Harga*. http://www.fiskal.depkeu.go.id

Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Tk I Sumatera Barat. 2000. *Industri Perdagangan Sumatera Barat Dalam Angka*. Padang.

_____. 2002. *Buku Statistik Industri Kecil dan Rumah Tangga Sumatera Barat*. Kanwil Diskoperindag Sumatera Barat. Padang.

Elfira, Rita. 2009. *Analisa Kebijakan Penetapan Harga Jual Susu Kedelai Sebelum dan Sesudah Kenaikan Harga Bahan Baku Pada Perusahaan ASKA di Kota Padang*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.

Gasperz, Vincent. 2000. *Ekonomi Manajerial*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Hardijaya, Chris. 2009. *Industri Tetap Tumbuh*. http://www.depperin.go.id/ind/publikasi/majalahINDAG [6Mei 2009].

Harahap, Syofyan S. 2002. *Teori Akuntansi: Laporan Keuangan*. Bumi Aksara. Jakarta.

Hendriani, Riva. 2008. *Pengaruh Kenaikan Harga Bahan Baku Terhadap Keuntungan Industri Produk makanan Khas Payakumbuh*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Andalas. Padang.

Kosim, Alfaini. 2000. *Pemberdayaan Usaha Kecil Melalui Pola Kemitraan di Bidang Agribisnis*. Kanwil Depkop Dan Pengusaha Kecil Menengah Prop. Riau. Pekanbaru.

Kottler, Phillip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis , Perencanan dan Pengendalian*. Jilid II. Prenhallindo. Jakarta

Kotler, P dan Armstrong, G. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prehallindo. Jakarta

_____. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.