

## **STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA USAHA KOPI BUBUK RANTAU PUTERA**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai Juli 2012, bertujuan untuk mendeskripsikan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi penjualan kopi bubuk Rantau Putera dan merumuskan strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh usaha kopi bubuk Rantau Putera untuk meningkatkan volume penjualannya.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Sampel pedagang pengecer terdiri dari 3 orang di Kabupaten Padang Pariaman dan 1 orang di Kota Padang Panjang. Pengambilan sampel untuk konsumen akhir dilakukan secara *Accidental Sampling* yang terpilih sebanyak 15 orang di Kabupaten Padang Pariaman dan 15 orang di Kota Padang Panjang. Sampel pesaing diambil yang memasarkan kopi bubuk pada wilayah pemasaran yang sama dengan usaha kopi bubuk Rantau Putera sehingga terpilihlah 2 pesaing, yaitu usaha kopi bubuk Mak Aciak dan usaha kopi bubuk Jempol.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan kopi bubuk Rantau Putera terdiri dari faktor internal, yaitu 1) produk menggunakan bahan baku yang berkualitas, 2) tersedia kemasan *sachet* yang praktis, 3) kemasan sudah dilengkapi label halal dalam tulisan Arab, 4) adanya pemberian bonus untuk pembelian dalam jumlah tertentu, 5) promosi melalui media masih dilakukan pada waktu-waktu tertentu saja, 6) usaha belum memiliki tenaga khusus bagian pemasaran, 7) peralatan produksi yang sering rusak, dan 8) kadar logam pada produk yang cukup tinggi. Faktor eksternal yang mempengaruhi, yaitu 1) masih terdapat lokasi distribusi yang dapat dimasuki, 2) bahan baku yang selalu tersedia, 3) adanya peningkatan penjualan pada saat libur dan lebaran, 4) harga produk salah satu pesaing lebih murah, 5) kemasan salah satu pesaing lebih menarik, dan 6) salah satu pesaing sudah memiliki tenaga khusus bagian pemasaran.

Strategi yang bisa diterima oleh usaha kopi bubuk Rantau Putera, yaitu memperluas daerah distribusi untuk daerah-daerah pemasaran yang belum dimasuki, mengganti peralatan penyangraian dengan alat yang terbuat dari *stainless steel*, mengganti media promosi dengan menggunakan pamflet dan brosur atau memasang iklan di koran, mengikuti pameran dan bazar baik di Kota Padang Panjang maupun di luar Kota Padang Panjang, dan memperbaiki kemasan menjadi lebih menarik dan memenuhi standar untuk dijual di swalayan dan minimarket.

**MARKETING STRATEGIES TO INCREASE SALES  
VOLUME OF COFFEE ON RANTAU PUTERA  
MICRO ENTERPRISE**

**ABSTRACT**

The purposes of study are to identify internal and external factors that influence the selling of coffee at Rantau Putera small enterprise and to formulate the marketing strategies that can be implemented by the small enterprise in order to increase its selling. The study was conducted from June to July by using case study method.

The finding shows that the internal factors that influence the sales of coffee at Rantau Putera small enterprise are : 1) the quality of raw materials, 2) the availability of practical sachet packaging, 3) the package labeled *halal* in Arabic script, 4) bonus for the certain amount of purchasing, 5) the promotion is not optimal, 6) the enterprise does not have marketing employees, 7) production equipment is easily damaged, and 8) the metal content in products is quite high. Meanwhile the external factors that influence the product are, 1) there are new distribution locations that can be entered, 2) raw materials are always available, 3) the selling increase during holidays and *eid*, 4) price of a competitor's product is cheaper, 5) the packaging one of the competitors is more interesting, and 6) one of the competitors already have a marketing employee.

Strategies that can be implemented by Rantau Putera small enterprise, are distribution to the new areas that have not been entered, replacing the equipment with tools made of stainless steel, replacing the promotion strategy by using flyers or advertise in the newspaper, attending exhibitions inside and outside the city of Padang Panjang, and improving the packaging to be more attractive and meets the standars of supermarkets and minimarket.