

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pangan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Terlihat dari munculnya berbagai usaha mikro produksi industri pangan baru yang semakin bertambah dan beraneka ragam. Hal ini diakibatkan dorongan akan permintaan konsumen yang kian meningkat sehingga membuat persaingan antar produsen semakin ketat. Produksi menjadi bagian yang utama dalam keberlangsungan siklus bisnis suatu perusahaan khususnya pada perusahaan manufaktur. Setiap perusahaan saling berkompetisi dalam melakukan persaingan bisnis dengan terus meningkatkan nilai lebih dari keunggulan yang dimiliki seperti meningkatkan dari segi kualitas produk dan proses produksi dengan efektivitas terbaik antar pesaing competitor. Salah satu pasar persaingan industri pangan yang sedang meningkat saat ini adalah pasar industri produksi roti yang tanpa disadari sudah menjadi salah satu jenis pangan bagi masyarakat Indonesia. Bahkan roti sudah dijadikan budaya baru dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Roti dijadikan alternatif sebagai konsumsi wajib untuk mengawali aktivitas di pagi hari yaitu sarapan. Roti memiliki kandungan protein dan karbohidrat yang setara dengan bahan pokok karbohidrat lain nya namun memiliki nilai tambah yaitu dari segi cara penyajian yang tidak perlu diolah namun dapat langsung dikonsumsi sehingga saat ini masyarakat Indonesia banyak yang beralih dengan mengkonsumsi komoditi roti. (Tri Yohana, 2017)

Roti sudah menjadi bahan pangan utama bagi masyarakat Indonesia sebagai pengganti bahan makanan pokok yaitu nasi. Pasar Industri roti sangat memegang peran penting dalam industri pangan. Perkembangan yang terjadi secara signifikan pada industri roti disebabkan karena tingginya permintaan

19

STIMLOG INDONESIA

dari konsumen. Persaingan yang terdapat dalam pasar industri roti tidak

hanya terjadi di negara lokal, namun semakin bertambahnya minat konsumsi roti pada masyarakat Indonesia menjadikan peluang ini mulai dilirik oleh perusahaan domestik, namun juga dari perusahaan asing. Roti adalah makanan yang terbuat dari bahan baku seperti tepung terigu, air, susu, gula, mentega dan ragi yang proses produksi pembuatannya melalui beberapa tahapan. Secara umum roti merupakan bahan makanan sumber karbohidrat pengganti nasi yang sangat potensial dan praktis dikonsumsi. Roti juga menjadi sumber protein, vitamin, dan mineral. Saat ini banyak masyarakat yang menyukai roti, dikarenakan proses pembuatannya yang mudah, harga yang terjangkau, cita rasa yang masuk kedalam lidah masyarakat Indonesia. Mengonsumsi roti dianggap praktis dan menyenangkan bagi pola hidup masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan yang menginginkan jenis pangan yang serba instan untuk dijadikan makanan pendamping pada setiap aktivitas kehidupan sehari-hari. Ditambah semenjak merabahnya produsen roti di Indonesia membuat harga produk roti mulai dapat dijangkau dan dapat bersaing dengan komoditi bahan pokok yang mengandung karbohidrat lainnya. (Rahmawati, 2017)

Perusahaan produksi dimanapun pasti melakukan perencanaan agar dapat mencapai tujuan. Salah satu pedoman yang dilakukan oleh industri produksi adalah dengan menekan biaya produksi sekecil mungkin. Untuk mencapai tujuan tersebut maka industri produksi roti ini harus merencanakan suatu sistem untuk mendapatkan pasokan bahan baku produksi yang dapat memenuhi permintaan produk roti sehingga produsen roti dapat memenuhi target permintaan roti dari konsumen.

Menurut Anwar (1989) Roti merupakan salah satu makanan yang tergolong makanan Perishable yang artinya jenis makanan ini tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama dan mudah sekali rusak. Roti merupakan kategori produk yang memiliki sifat Perishable. Roti termasuk kedalam perishable

20

STIMLOG INDONESIA

dikarenakan roti sangat rentan rusak, memiliki umur simpan yang relative

pendek, dan nilai jual roti akan semakin menurun seiring dengan bertambahnya waktu yang akan berisiko terjadi kerusakan, kegagalan maupun penguapan yang akan terjadi pada roti. Produk roti rentan akan terjadinya penjamuran pada proses transportasi dan penyimpanan. (Deng, Yang, Zhang, Li, & Lu, 2019) sistem dalam penanganan produk roti harus diperhatikan mulai dari pemasok, penyimpanan hingga sampai pada konsumen akhir untuk dapat meminimalisir rusaknya roti yang diakibatkan oleh umur simpan yang terbatas.

Pada era digital maka setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan digital termasuk kedalam sistem pemasaran produk untuk memaksimalkan manfaat perkembangan digital. Semakin pesatnya perkembangan teknologi, Digital, dan internet secara tidak langsung berimbas kepada sistem pemasaran. Sistem pemasaran saat ini beralih dari yang dahulu bersifat konvensional (offline) menjadi Digital (Online).

Dengan kondisi dunia yang sedang berada dalam zona berbahaya karena sedang terjadi wabah virus maka keterbatasan aktivitas membuat sistem digital harus dikembangkan oleh setiap perusahaan untuk menjaga agar bisnis tetap berjalan stabil.

Industri roti Sari Good Bakery yang berada di Kota Bandung, merupakan salah satu industri yang bergerak dalam produksi roti. Di kota Bandung sendiri terdapat banyak industri yang bergerak dibidang produksi roti. Hal ini membuat tingkat persaingan Pemasaran merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen sehingga dapat diwujudkan dalam bentuk barang. Pemasaran yang dilakukan merupakan sebuah aktivitas pemasaran yang saling berkaitan satu sama lain. Keberhasilan perusahaan dalam bidang pemasaran didukung oleh pemilihan produk yang tepat, harga yang lain, saluran distribusi yang jelas, dan promosi yang efektif. Perencanaan pemasaran merupakan rumusan kegiatan yang

mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Strategi pemasaran menjadi langkah awal dan dianggap penting dalam mengembangkan suatu perusahaan termasuk perusahaan industri pangan. Menurut Gaspersz (1998), perencanaan strategik pemasaran berkaitan dengan koordinasi dari produk dan pasar serta merupakan bagian dari aktivitas product supply secara keseluruhan. Hal ini memiliki pengaruh yang besar terhadap volume penjualan pada suatu perusahaan, sehingga dapat dinyatakan layak bersaing dalam dunia industri sebagai produsen roti yang dapat menguasai pangsa pasar penjualan roti di kota Bandung dengan penerapan pemasaran yang tepat sasaran.

Industri Roti Sari Good Bakery memiliki dua jenis aktivitas dalam kegiatan operasional produksi roti yaitu terdapat aktivitas utama yang terdiri dari dua jenis aktivitas berupa pasokan dan permintaan. Aktivitas pasokan merupakan aktivitas yang berisi persiapan bahan baku dan kegiatan produksi roti. Sedangkan aktivitas permintaan berisi aktivitas penjualan roti, promosi, maupun service terhadap pelanggan.

Aktivitas permintaan pada Sari Good Bakery terjadi suatu permasalahan dibidang pemasaran dan penjualan, dimana Sari Good Bakery belum mampu memaksimalkan kapasitas penjualan. Terjadi ketidaksesuaian kemampuan produksi dengan volume penjualan. Jumlah permintaan produksi roti mengalami penurunan dalam tiga bulan terakhir seperti pada tabel berikut:

22

STIMLOG INDONESIA

Gambar1. 1 Data Penjualan Roti pada Sari Good Bakery Tahun 2020

Pada tabel diatas terlihat terjadi penurunan jumlah penjualan roti Sari Good Bakery di beberapa bulan pada tahun 2020. Maka dari itu perlu dilakukan analisis untuk mengenali faktor – faktor apa saja yang menjadi penyebab penurunan penjualan sehingga nanti nya dapat dilakukan pengembangan usaha yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Pengembangan usaha yang akan dilakukan oleh Industri Roti Sari Good Bakery berhubungan erat dengan sistem pemasaran. Analisis perencanaan strategi pemasaran perlu

dilakukan dengan tujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi internal dan eksternal dengan menganalisis kebutuhan digital marketing dengan memanfaatkan platform yang sering digunakan dalam Digital Marketing seperti media social atau jejaring social.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis melakukan penelitian tentang analisis rantai permintaan untuk mengukur tingkatan kinerja dapat ditingkatkan pada setiap aspek nya. Terutama pada permasalahan pemasaran dan penjualan sehingga dapat meningkatkan dan memaksimalkan penjualan roti pada Sari Good Bakery. Dengan adanya usulan beberapa pilihan alternatif penggunaan situs untuk melakukan pemasaran yang berbasis digital marketing dalam penelitian ini juga dapat dijadikan bahan

1635 1617 1573 1447

1669 1674 1606 1758 1624 1738

1100

0

500

1000

1500

2000

Penjualan Roti Sari Good Bakery Tahun

2020

23

STIMLOG INDONESIA

pertimbangan untuk pihak sari Good Bakery untuk melakukan tindak lanjut dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil pengukuran kinerja pada sari good bakery
2. Bagaimana strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi digital (digital marketing) pada Sari Good Bakery

3. Bagaimana usulan rancangan model platform digital marketing pada Sari Good Bakery

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui hasil dari pengukuran kinerja pada Sari Good Bakery
2. Menentukan strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi digital (digital marketing) pada Sari Good Bakery
3. Memberikan usulan rancangan model platform digital marketing

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Keilmuan

Menambah ilmu pengetahuan dibidang teknologi yang diimplementasikan kedalam digital marketing sebagai salah satu cara dalam peningkatan penjualan pada perusahaan.

1.4.2 Praktisi

Bagi penulis Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung dalam melakukan pengamatan dalam produksi roti.

24

STIMLOG INDONESIA

1.4.3 Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada upaya meningkatkan penjualan dengan menggunakan strategi pemasaran Digital Marketing untuk pemasaran produk roti Sari Good Bakery maka terdapat Batasan Batasan Penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di Sari Good Bakery
2. Jumlah data Penjualan adalah akumulasi dari jumlah penjualan hanya menggunakan data penjualan roti tawar selama satu tahun yaitu Tahun 2020.
3. Data penelitian yang digunakan hanya berkaitan dengan data penjualan, data

pesediaan, dan data produksi di Sari Good Bakery pada Tahun 2020.

4. Permasalahan yang diteliti hanya dalam lingkup proses bisnis Demand Chain dengan menggunakan tinjauan Digital marketing

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan penunjang pada gambaran umum mengenai penelitian ini maka terdapat sistematika penulisan dengan memberikan beberapa bab penjelasan singkat adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat beberapa penjelasan dan penjabaran dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II STUDI PUSTAKA

25

STIMLOG INDONESIA

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai teori yang digunakan sebagai landasan dalam melakukan penelitian dan pedoman untuk menganalisa permasalahan yang akan diteliti

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai data yang digunakan untuk diolah dan dari mana sumber data didapatkan sehingga dapat dilakukan Teknik pengumpulan data dan kerangka pemecahan masalah

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini terdapat penjelasan tentang pengolahan data menggunakan metode yang telah direncanakan sehingga menghasilkan output sebagai dasar penarikan hasil perhitungan

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat suatu analisis dari hasil pengolahan data sehingga dapat dijabarkan secara sistematis pembahasan dari hasil yang telah didapatkan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran yang

diperoleh dari pengumpulan dan pengolahan data, dan analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran akan diberikan kepada perusahaan yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan