

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Roti merupakan makanan yang banyak dikonsumsi diberbagai negara, bahkan dijadikan sebagai makanan pokok karena sarat akan kandungan gizi yang dibutuhkan untuk metabolisme tubuh seperti karbohidrat, protein, lemak, vitamin dan mineral. Di Indonesia, roti termasuk produk pangan yang populer dan konsumennya tersebar di berbagai lapisan masyarakat. Secara umum roti terdiri dari dua jenis, yaitu roti manis dan roti tawar. Roti tawar biasa dikonsumsi sebagai sarapan pagi. Roti manis mempunyai nilai kalori cukup tinggi sehingga dapat dijadikan alternatif pilihan konsumsi oleh para konsumen karena dapat mengenyangkan dan rasanya yang beraneka ragam juga disukai oleh konsumen di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya permintaan produk roti maka membuka kesempatan bagi perusahaan untuk memasarkan produk yang gemar mengonsumsi roti. Jumlah konsumen roti semakin hari semakin meningkat, oleh karena itu bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran harus mampu bertahan untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan sejenis lainnya, salah satunya adalah perusahaan Glos bakery yang ada di pamekasan.

Perusahaan Glos Bakery merupakan perusahaan produksi dan pemasaran salah satunya yaitu Bakery. Glos bakery adalah perusahaan dimana bersaing dalam memasarkan produk roti yang ada di pamekasan. Glos bakery dekat dengan jantung kota sehingga mempermudah konsumen dalam membeli atau memesan roti yang diinginkan oleh konsumen. Pentingnya strategi pemasaran pada perusahaan Glos Bakery adalah agar produk lebih di kenal oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan produk-produk lainnya. Dengan adanya strategi pemasaran dapat mencapai tujuan dengan mengembangkan keunggulan bersaing melalui pasar yang dimasuki dengan pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang serta mendapatkan laba. Perusahaan harus mempelajari apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen agar usahanya terus berjalan. Penjualan akan selalu dibutuhkan, akan tetapi tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri. Idealnya pemasaran harus menghasilkan pelanggan yang siap membeli yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa tersebut (Anonim,2013).

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran Glos Bakery?
2. Apa keunggulan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Glos Bakery ?

1.3 Tujuan Praktek Kerja Lapang

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada Glos Bakery.
2. Untuk mengetahui keunggulan strategi pemasaran di Glos Bakery.