

I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Seiring dengan tingkat aktivitas dan kesibukan masyarakat yang semakin meningkat serta didukungnya kemajuan di berbagai bidang, maka kondisi tersebut menuntut pada segala sesuatu yang praktis dan efisien pula. Salah satunya yaitu dalam pemenuhan kebutuhan makanan yang lebih praktis dan beragam. Oleh karena itu, dengan adanya peluang pasar tersebut menjadikan industri makanan jadi semakin berkembang, misalnya industri roti.

Industri roti (bakery) merupakan bagian dari industri makanan jadi yang memanfaatkan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksinya. Meskipun dalam kenyataannya, roti belum bisa menggantikan fungsi nasi sebagai makanan pokok. Seiring dengan berjalannya waktu, roti tidak lagi dikaitkan dengan sarapan pagi, tetapi sudah meluas sebagai menu makanan alternatif di segala kondisi dan waktu makan.

Meningkatnya perusahaan yang bergerak di bidang industri roti, maka skala usaha yang dijalankan juga semakin beragam mulai dari skala industri rumah tangga, (*home industry*), kecil, sedang, sampai industri besar. Kabupaten Lamongan juga tidak terlepas dari perkembangan usaha pembuatan roti. Sampai saat ini, usaha pembuatan roti merupakan industri makanan jadi yang cukup berkembang di kabupaten Lamongan.

“Lyly” Bakery adalah salah satu industri pembuatan roti skala menengah yang ada di Kabupaten Lamongan. Pada awalnya, “Lyly” Bakery hanya memproduksi bakery, pastry, donuts dan *cake*. Seiring dengan berkembangnya industri pembuatan roti yang ada di sekitarnya, “Lyly” Bakery mengembangkan produk usahanya seperti pembuatan kue lempeng, kue serabi, dan jajanan lainnya. Akan tetapi, di dalam mengembangkan usahanya, “Lyly” Bakery terus waspada terhadap persaingan industri bakery yang ada di sekitarnya. Industri pesaing “Lyly” Bakery yang ada di Lamongan adalah Athira, Family, Carny’s, dan Melati. Adapun jenis roti yang dikembangkan adalah roti tawar,

roti manis, *cake* dan *pastry*. Selain jenis roti yang dikembangkan sama, wilayah distribusi dan lokasi konsumen juga sama, yaitu daerah Lamongan. Adanya pesaing tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih industri bakery terhadap produk yang akan dibeli. Meskipun demikian, “Lyly” Bakery sampai saat ini masih menjadi *market leader* dari industri bakery yang ada di Lamongan. Strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk mengembangkan usaha dan mempertahankan “Lyly” Bakery sebagai *market leader*. Tanpa adanya strategi pemasaran yang tepat, usaha yang dijalankan akan mengalami penjualan yang kurang maksimal meskipun produk yang dihasilkan berkualitas baik. Selain itu, strategi pemasaran diperlukan untuk menghadapi adanya pesaing yang masuk di masa kini dan masa mendatang. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk “Lyly” Bakery.

1.3. BATASAN MASALAH

Penelitian ini dilakukan di “Lyly” Bakery *Head Office* Lamongan dengan menggunakan analisis IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM.

1.4. RUMUSAN MASALAH

1. Apa sajakah faktor internal dan eksternal yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi “Lyly” Bakery?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi “Lyly” Bakery?

1.5. TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis faktor internal dan eksternal yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi “Lyly” Bakery.
2. Menentukan alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi “Lyly” Bakery.