

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN PRODUK BAWANG GORENG PADA
UD. SRI REJEKI KOTA PALU**

***ANALYSIS OF FRIED ONION PRODUCT MARKETING MIX ON
UD. SRI REJEKI PALU***

¹Nofriansyah, ²Burhannudin, ³HJ. Salmiati

^{1,2,3}Bagian Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Palu

(Email : nofriansyah.djb.rosadi@gmail.com)

(Email :bur_feump@yahoo.com)

(Email :salmiati07@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan Untuk Mengetahui Analisis Bauran Pemasaran yang Dilakukan oleh Pada UD.Sri Rejeki Kota Palu Dalam Memasarkan Hasil Produk Bawang Goreng. Antara variabel Bauran Pemasaran yaitu Produk, Harga, Promosi Tempat, Orang, Bukti Fisik, Proses (X) Terhadap Pemasaran Produk Bawang Goreng (Y) Dengan menggunakan Metode Penelitian studi kasus. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian Analisis Kualitatif dan Deskriptif Kuantitatif (non statistik) dengan cara mengurangi dan pengembangan obyek peneliti pada UD. Sri Rejeki Palu. Dari Analisis Bauran Pemasaran Produk Bawang Goreng pada UD.Sri Rejeki Kota Palu. Periode tahun 2016 sampai dengan 2017, menunjukkan bahwa Penjualan mengalami kenaikan Penjualan 24.180 kg, pada tahun 2016. dan Pada tahun 2017 kenaikan menjadi 26.130 kg. Pada tahun 2018 mengalami Penurunan dimana yaitu menjadi 25.740 kg. Dari hasil Analisis Penjualan Bawang Goreng pada UD. Sri Rejeki Kota Palu. Sudah berjalan dengan efektif dikarenakan pada tahun 2018 ada Penurunan Penjualan Produk Bawang Goreng. Dikarenakan faktor alam.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Bukti Fisik, Proses. Pemasaran Produk Bawang Goreng.

ABSTRACT

This research aims to determine the analysis of the marketing mix carried out by UD. Sri Rejeki Palu in marketing fried onion products. Among the Marketing Mix variables namely Product, Price, Place Promotion, People, Physical Evidence, Process (X) towards Marketing of Fried Onions (Y) using Case Study Research Method. This research was conducted by using qualitative analysis and non-quantitative descriptive by reducing and developing researcher's objects at UD. Sri Rejeki Palu. From the Analysis of Fried Onion Product Marketing Mix at UD. Sri Rejeki Palu City from the period of 2016 to 2017 shows that sales got an increase in of 24.180 kg in 2016. In 2017 the increase was 26.130 kg. In 2018 there was a decrease which is 25,740 kg. From the analysis of Fried Onion Sales at UD. Sri Rejeki Palu, It has been running effectively because in 2018 there has been a decrease in sales of Fried Onion Products due to nature factor

Keywords: Marketing Mix, Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence Process, Fried Onions Product Marketing.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade, terlihat adanya persaingan usaha yang semakin meningkat. Pada perusahaan atau industri berlomba untuk meraih pasar guna mencapai keuntungan dan laba yang tinggi. Negara berkembang maupun negara maju, semua negara diharuskan melakukan pembukaan akses pasar dan berusaha menghapuskan subsidi. Pasar domestik maupun pasar internasional akan menjadi semakin meningkat, sektor perdagangan merupakan akses sasaran produk yang sangat kompetitif. Dengan demikian kegiatan revitalisasi usaha, maka perusahaan atau industri akan melakukan strategi atau bauran pemasaran dalam kelangsungan usaha industri tersebut.

Apabila suatu perusahaan sudah mampu mengetahui dan menganalisis keinginan konsumen dalam suatu segmen pasar tertentu, maka hal ini sangatlah membantu suatu perusahaan atau industri dalam mengembangkan produk, menentukan harga, mempromosikannya, dan mendistribusikan barang dan jasanya itu lebih efektif. Hal ini agar dapat diperhatikan tentang keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa oleh perusahaan atau industri.

Dikota Palu penjualan produk Bawang Goreng semakin meningkat banyak industri bersaing dalam memasarkan produk Bawang Goreng. Dari tahun ketahun, bawang goreng palu banyak sekali minat masyarakat dari dalam maupun luar kota. Hal ini disebabkan antara lain oleh kebutuhan konsumen akan produk tersebut, semakin terasa dengan produk yang semakin brand lokal dan semakin berkembangnya hingga saat ini di kota Palu. Produk Bawang Goreng ini yang sangat dibutuhkan oleh konsumen dengan rasa yang khas beda dari bawang goreng kota lain yang ada di indonesia.

Pembangunan disektor pertanian diharapkan tumbuh dan berkembang seiring dengan pertumbuhan sektor-sektor lain, agar memperbaiki perekonomian masyarakat Sulawesi Tengah. Pertanian berperan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Industri hasil pengelolaan hasil pertanian. Dipulau sulawesih Tengah, sebagian besar mayoritas penduduknya mengantungkan hidupnya dari hasil pertanian. Masyarakat Sulawesi Tengah kebanyakan memanfaatkan produk hasil pertanian untuk dikelolah menjadi produk baru yang bisa di konsumsi dan dipasarkan, ke masyarakat salah satu hasil pertanian yang dikelolah menjadi produk layak konsumsi adalah bawang palu menjadi bawang goreng palu dan masih banyak lagi hasil pertanian yang bisa dikelolah.

Marketing mix (Bauran Pemasaran) merupakan salah satu konsep kunci dalam teori pemasaran moderen yang terdiri dari variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, yang dikenal dengan konsep 7 P yakni Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Bukti fisik, Proses. Ketujuh variabel tersebut menjadi hal yang sangat penting dalam melakukan pembelian serta selaku menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan dalam pembelian suatu produk.

Kualitas produk merupakan peluang yang sangat potensial dalam mengalahkan persaingan. Jadi hanya kualitas produk yang sangat baik akan tumbuh sangat pesat dalam proses pemasaran. Dengan kualitas produk yang baik dapat menciptakan harga nilai yang tinggi. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai media yang ada, dari iklan, cetak, online sampai media online. Tahap berikutnya adalah proses distribusi, suatu barang dapat sampai ke konsumen dengan adanya proses distribusi.

Promosi dalam hal ini adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan hasil produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik calon pembeli untuk membeli produk yang dipasarkan kepada konsumen Selain kegiatan pemasaran yang melakukan peluncuran dan mempermudah penyampaian produk barang dan jasa dari produsen ke konsumen adalah pemilihan saluran distribusi karena cepat atau lambatnya suatu produk sampai ketangan konsumen dipengaruhi oleh penentuan tempat atau saluran distribusi. Dengan melalui saluran distribusi inilah yang merupakan usaha bagi setiap perusahaan atau industri untuk mendekatkan produknya agar mudah dicapai ketangan konsumen

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut : ” Apakah Bauran Pemasaran Produk Bawang Goreng Pada UD. Sri Rejeki Kota Palu sudah berjalan dengan efektif ”.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Proses analisis data kualitatif menggambarkan secara deskriptif proses dan prosedur bauran pemasran produk bawang goreng UD. Sri Rejeki Palu. yaitu analisis yang berupa uraian yang bedasarkan hasil observasi penjualan pemasaran dan informasi yang

diperoleh dari pihak pemilik usaha, serta membandingkan dengan konsep-konsep teori yang ada. Dan analisis data kuantitatif untuk mengetahui hasil pemasaran produk bawang goreng. Data Kualitatif Yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan berupa data pembicaraan dengan penjelasan mengenai pembahasan, maupun berupa gambaran tentang pencapaian yang telah di peroleh oleh suatu usaha yang dikelola sehingga dapat menambah lagi keakuratan data yang telah di dapatkan sebelumnya. Data Kuantitatif Yaitu data yang berupa angka-angka. Dalam hal ini data yang berkaitan dengan sistem informasi manajemen dan bauran pemasaran serta dalam pelayanan yang dibutuhkan dalam penelitian.

HASIL

Analisis Bauran Pemasaran Produk Bawang Goreng Pada UD.Sri Rejeki Kota Palu

UD. Sri Rejeki Kota Palu selalu berorientasi pada pelanggan dengan menekankan pada pelayanan Produk yang bermutu dan kualitas terbaik. Dengan meliputi harga Produk, Tempat, Promosi Sdm. Perusahaan atau industri menerapkan kebijakan penyeleksian karyawan yang berpengalaman khususnya dibagian pemasaran, penjualan, sebagai kegiatan dari perusahaan atau industri yang dilakukan pada UD. Sri Rejeki Kota Palu.

Didalam kondisi persaingan, sangatlah berbahaya bagi sebuah perusahaan bila hanya mengandalkan Produk tanpa usaha untuk mengembangkannya. Oleh karena itu, di dalam mempertahankan dan meningkatkan penyempurnaan harus mengembangkan Produk yang dihasilkan lebih baik, sehingga menjadi daya tarik yang lebih besar. Harga merupakan Bauran Pemasaran yang bersifat fleksibel dimana suatu harga akan stabil dalam jangka waktu tertentu, akan tetapi dalam seketika Harga dapat meningkatkan atau menurun yang terdapat pada pendapatan dari hasil penjualan.

Tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Serta bahan baku yang mudah didapat Distribusi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan guna memastikan Produknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat. Promosi semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan

mempromosikan Produknya kepada pasaran sasaran. People didalam bauran pemasan yaitu proses seleksi dan pelatihan dan permotivasian karyawan yang nantinya dapat digunakan sebagai pembedaan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Bukti fisik yaitu bukti yang dimiliki oleh karyawan penyediaan jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan. Proses merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan Dimana proses yang dilakukan dari Penetapan Produk, Harga Produk, Tempat dimana Produk diproduksi,

Bagaimana produk ini dipromosikan sampai ke pasaran dan langsung bisa ditemukan oleh konsumen, dalam menentukan karyawan harus di seleksi sesuai dengan bagian tugas masing-masing supaya tidak ada kecacauan dalam setiap bidangnya, bukti fisik yaitu dalam pelayanan harus penampilan rapih sopan dalam melakukan pelayanan saat ada konsumen berbelanja, dan proses disini yaitu dari penetapan Produk hingga bagaimana Produk itu dipasarkan dan diketahui banyak konsumen dengan Produk yang telah dipasarkan oleh perusahaan atau industri. Maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran dikembangkan menjadi bauran pemasaran jasa yang terdiri dari Produk, Harga, Tempat Promosi people bukti fisik dan proses.

Pembahasan

Analisis Produk Bawang Goreng Pada UD. Sri Rejeki Kota Palu

Bedasarkan analisis wawancara bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap pemasaran produk bawang goreng pada UD. Sri Rejeki Kota Palu. diketahui produk bawang goreng pada UD. Sri Rejeki ini sudah tidak diragukan lagi dari hasil produk bawang tersebut, karena produknya mempunyai ciri khas tersendiri dari produk-produk bawang goreng pada industri umumnya yang ada dikota palu saat ini. Keunggulan produk bawang goreng pada yang dimiliki pada UD. Sri Rejeki ini, yaitu memiliki keunggulan bahan baku yang berkualitas, tidak memakai bahan pengawet, memiliki cita rasa yang khas, renyah, spesifik dan tidak diproduksi oleh kabupaten kota dan provinsi lain (unik) cita rasanya.

Dari hasil wawancara tersebut diambil kesimpulan bahwa produk menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian produk bawang goreng, tetapi bukan hanya menjadi faktor yang

paling penting dalam pemilihan produk bawang goreng yang ada. Dengan adanya kualitas produk yang baik menurut pemilik usaha maka produk tersebut akan menimbulkan kesan positif yang baik, dalam pikiran konsumen walaupun bukan menjadi alasan dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Dalam hal ini Produk Bawang Goreng pada UD.Sri Rejeki ini telah diakui oleh Pemerintah Kota Palu dalam hal ini usaha UD. Sri Rejeki telah memenuhi syarat dalam kualitas suatu produk bawang goreng yang akan dipasarkan, dalam hal ini yaitu, surat izin Dagang, surat izin dari Dinkes, surat izin Perdagangan, surat izin P-IRT. Jadi bisa dilihat Produk Bawang Goreng pada UD.Sri Rejeki Palu ini telah memenuhi standar kualitas dalam suatu Produk yang akan siap dipasarkan

Analisis Harga Bawang Goreng Pada UD. Sri Rejeki Kota Palu

Bedasarkan Analisis hasil dari wawancara dari pemilik usaha menunjukkan bahwa harga Produk Bawang Goreng berpengaruh positif dan signifikan terhadap suatu Produk yang akan dipasarkan. Produk Bawang Goreng Pada UD. Sri Rejeki Kota Palu. Karna harga yang terlalu tinggi membuat Produk Bawang Goreng bisa menurun dan kurang peminat pembelinya, dikarenakan harganya yang terlalu mahal membuat Produk Bawang Goreng bisa menurun dan kurang peminat serta pembeli, dikarenakan harganya yang terlalu mahal dan tidak bisa dijangkau oleh konsumen yang berpengasilan Ekonomi menengah kebawah. Tetapi tidak bisa dipungkiri harga suatu Produk bisa berubah kapan saja tergantung dengan kenaikan bahan baku lainnya. Jadi penetapan harga Produk Bawang Goreng harus benar-benar sesuai dan terjangkau dalam penetapan menetapkan Harga produk Bawang Goreng. Jadi disini bisa dilihat Sri Rejeki Kota Palu, menentukan Harga Produk bawang Goreng dilihat dari biaya Produksi antara lain bahan baku, yang setiap tahunnya ada kenaikan, dan bahan-bahan lainnya. Dengan proses Produksi pembuatan Bawang Goreng dari tahun ketahun.

Bauran pemasaran harga yang diterapkan oleh UD. Sri Rejeki telah diterapkan dengan baik dan berdasarkan tanggapan konsumen serta pemilik usaha UD. Sri Rejeki dengan sangat baik melihat dari aspek bahan baku serta kualitas produk. Menurut tanggapan konsumen UD. Sri Rejeki Palu ini sudah memberikan kualitas harga sesuai dengan kualitas produk yang berkualitas dan bervariasi dari segi bahan dan tampil produk.

Dari hasil wawancara tersebut diambil kesimpulan bahwa kualitas Produk, berpengaruh terhadap harga penjualan Produk yang akan dijual sehingga menimbulkan anggapan konsumen terhadap Kualitas dari suatu Produk sesuai dengan harga Produk tersebut. Makin tinggi harga suatu Produk Bawang Goreng, makin tinggi juga anggapan konsumen terhadap Kualitas Produk yang mereka beli.

Analisis Tempat Pada UD.Sri Rejeki Kota Palu

Bedasarkan hasil analisis wawancara dengan pemilik usaha, tempat merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan atau industri untuk membuat Produknya mudah diperoleh dan tersedia pada konsumen sasaran. Tempat penjualan Produk Bawang Goreng, serta tempat Produksi pembuatan Produk Bawang Goreng Sri Rejeki ini. Beralamatkan di Jalan Tanjung Dako No.88 (Komplek Pertanian) Kota Palu Sulawesi Tengah. Tidak ada tempat Produksi lain selain jalan yang beralamatkan di Jalan Tanjung Dako No.88 (Komplek Pertanian). Tempat penjualan cukup terjangkau karna tempat UD.Sri Rejeki ini bertempat didalam Kota Palu yang bisa diakses melalui roda dua atau roda empat.

Bauran pemasaran tempat yang sudah diterapkan oleh UD. Sri Rejeki Palu, sangat baik, berdasarkan tanggapan pemilik serta konsumen yang sedang berbelanja, aspek tempat sudah diterapkan UD. Sri Rejeki Palu sudah diterapkan dengan baik, terlihat belum ada kesamaan tempat dengan usaha UKM yang ada di Kota Palu.

Jadi disini bisa disimpulkan bahwa tempat Produksi serta Pemasaran dan Penjualan sangat strategis yaitu didalam kota Palu, serta pembeli bisa mengakses tempat penjualan menggunakan diakses Roda dua atau Roda Empat.

Analisis Promosi Produk Bawang Goreng Pada UD. Sri Rejeki Kota palu

Bedasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha menunjukan bahwa Promosi Produk Bawang Goreng pada UD. Sri Rejeki ini dari awal pertama usahanya Promosi melalui Promosi Mulut ke mulut, sampai Produk Bawang Goreng ini ternama, atau diketahui Masyarakat. Dengan seiringnya berjalanya waktu Promosi Bawang Goreng Sri Rejeki ini mengalami perubahan semenjak Bawang Goreng Khas Palu ini dijadikan oleh-oleh khas Kota Palu. Ibu Sri Astuti selaku pemilik Usaha UD. Sri Rejeki ini tidak pernah mempromosikan usahanya ini media online yang ternama saat ini. Akan tetapi usaha Ibu Sri ini dibantu Promosi oleh Dinas PRINDANKOP, BANK BRI, Dan PLN. Dalam membantu usaha UKM yang ada di Kota Palu

khususnya. Seiring manjunya teknologi dalam mempromosikan hasil produk yang akan mereka jual ke pasaran UD. Sri Rejeki ini juga mempromosika melalui media online dalam memasarkan hasil produksi usahanya. Serta banyak konsumen yang berbelanja pada UD. Sri Rejeki ini untuk menjalin kerja sama dalam bidang penjualan Produk Bawang Goreng Khas Kota Palu. dengan seiring majunya usaha yang Ibu Sri Astuti ini mengalami peningkatan serta majunya usahanya saat ini dan Produk Bawang Goreng Sri Rejeki ini sudah dipasarkan diluar Kota Palu, diantaranya Kota Manado, Makassar, Balikpapan, Surabaya, dan Jakarta, Dengan menjalin hubungan kerja sama atau mitra Bauran pemasaran promosi yang sudah diterapkan oleh UD. Sri Rejeki Kota Palu berjalan sangatlah baik, dengan berdasarkan tanggapan konsumen serta teman mitra kerja dalam menjalin hubungan kerja sama dalam mempromosikan hasil suatu produk biar banyak diketahui masyarakat atau konsumen serta majunya teknologi saat ini.

Analisis Karyawan Pada UD. Sri Rejeki

Bedasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, seleksi penerimaan karyawan dilihat dari apa yang dibutuhkan didalam suatu usaha. Dengan seleksi dengan sesuai sub bidang yang dibutuhkan. Dan dapat pelatihan secara khusus oleh pemilik usaha di masing-masing bidang yang akan ditempatkan, sebagai pembedaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Bauran pemasaran yang diterapkan oleh UD. Sri Rejeki ini sudah berjalan dengan baik. Dapat dilihat dari tanggapan pemilik usaha UD. Sri Rejeki mengenai pelayanan kasir yang ramah, baik, dalam melayani konsumen yang sedang berbelanja.

Analisis Bukti Fisik

Bedasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, disini pemilik usaha memberikan arahan atau masukan kepada para karyawan pada UD. Sri Rejeki harus bersikap ramah, sopan, serta berpakaian rapi dalam setiap melayani konsumen yang sedang berbelanja serta menjaga perilaku dalam melayanin pelanggan yang sedang berbelanja. berhubungan dengan suasana, lokasi usaha dan lingkungan sekitar industri sebuah usaha yang memiliki lingkungan fisik yang baik mencerminkan Bagaimana sebuah industri menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen.

Bauran pemasaran *physical evidence* / lingkungan fisik yang diterapkan oleh UD. Sri Rejeki sangatlah baik berdasarkan tanggapan konsumen serta pemilik usaha. Aspek *physical evidence* sudah diterapkan oleh UD. Sri Rejeki sangatlah baik. Menurut tanggapan konsumen UD. Sri Rejeki Kota Palu ini memberikan tampilan yang menarik, bersih dan nyaman. Dengan

penataan produk yang rapi sehingga mempermudah konsumen dalam memilih dan mengetahui informasi produk yang tersedia di UD. Sri Rejeki Kota Palu, serta adanya lahan parkir buat konsumen yang membuat konsumen nyaman dan merasa aman untuk memarkirkan kendaraanya.

Analisis Proses Produk

Bedasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, Proses Pemasaran Produk Bawang Goreng pada UD. Sri Rejeki yaitu, Proses penyeleksian bahan baku yang mau dikelola, kemudian bahan baku lainnya, kemudian bahan tersebut dikelola menjadi Bawang Goreng, kemudian setelah bawang dikelola kemudian Bawang Goreng dikemas menjadi tiap-tiap Perkemasan Produk yang akan dijual, selanjutnya Penetapan Harga Produk Perkemasan selanjutnya tempat atau Distribusi Penjualan, serta Promosi Produk Bawang tersebut, dan Proses Pemasaran Produk Bawang Goreng siap dipasarkan.

Bauran pemasaran proses yang diterapkan oleh UD. Sri Rejeki Kota Palu sangatlah baik, disini UD. Sri Rejeki melayani dan menerima serta penjualan produk kepada konsumen. UD. Sri Rejeki Kota Palu ini melayanin pemesanan produk melalui via telepon dan lain-lain. Pemesanan melalui via telepon ini dirasakan sangat membantu konsumen dalam pemesanan produk tanpa perlu lagi data ke tempat UD. Sri Rejeki langsung. Biaya administrasi pembayaran melalui via transfer, apabila uang sudah ditransfer maka produk siap diantarkan didalam kota Palu maupun luar kota Palu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Bedasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan penelitian sebagai berikut : Kualitas Produk bawang goreng yang dihasilkan tidak diragukan lagi hasilnya bawang goreng tersebut karena mempunyai ciri khas tersendiri dari produk-produk bawang goreng lainnya yang ada di Kota Palu. Harga produk bawang goreng dikemas dalam berbagai model dan ukuran kemasan dari 100 gram sampai 500 gram dengan berbagai varian harga yang telah ditetapkan oleh UD. Sri Rejeki yang siap dipasarkan. Harga yang telah ditetapkan sesuai dengan biaya produksi. Bauran Pemasaran yang digunakan pada UD. Sri Rejeki ini telah dilakukan menggunakan menganalisis produk serta menekankan kualitas produk bawang goreng harga promosi melalui promosi mulut-kemulut serta media email fax No.telepon iklan media cetak dan dibantu promosi oleh Dinas Prindankop, Pln dan Bri. Dan konsumen yang telah bekerja sama dengan UD. Sri Rejeki. Jangkauan pemasaran produk bawang goreng UD. Sri Rejeki ini

cukup luas bukan hanya dalam Kota Palu saja tapi sudah sampai keluar Kota Palu. diantaranya Kota Makassar, Surabaya, Balikpapan, Manado dan Jakarta. Proses pemasaran produk bawang goreng ini produk produksi kemudian dikemas kemudian produk siap dipasarkan dan siap distribusikan dalam Kota Palu maupun keluar Kota Palu. pelayanan karyawan pada UD. Sri Rejeki ini ramah sopan penampilannya rapih, bersih, Secara keseluruhan hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa usaha UD. Sri Rejeki ini telah berjalan dengan efektif dari tahun ketahunnya akan semakin meningkat pada tahun- tahun berikutnya. Dapat disimpulkan bahwa Analisis Bauran Pemasaran Produk Bawang Goreng Pada UD. Sri Rejeki Kota Palu sudah berjalan dengan efektif.

Bedasarkan kesimpulan penelitian dia atas, maka ada beberapa hal yang dapat disarankan yaitu : Disarankan kepada pemilik industri sebaiknya produk Bawang Goreng harus tetap mempertahankan citra rasa kualitas produk Bawang Goreng supaya tetap terjaga citra rasa kualitas dan semakin banyak peminatnya tahun- ketahunnya. Disarankan kepada pemilik industri tempat penjualan harus di perbesarakan melihat majunya usaha yang dilakukan tahun-ketahun. Disarankan kepada pemilik industri untuk membuat data penjualan Produk Bawang Goreng perhari, minggu, bulanan, biar bisah dilihat serta data penjualan keluar perbulan dan pertahunan supaya bisa melihat data penjualan pertahunnya yang sudah terjual

DAFTAR PUSTAKA

Daryanto.2011. *Manajemen Pemasaran*: Sari Kuliah Bandung: Satu Nusa.

Hasan Ali.2013. *Marketing dan kasus-kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service) Yogyakarta.

Hisky Agung Rantung, 2015 *Analisis Struktur Biaya Dan Efisiensi Pada Agroindustri Bawang Goreng “ UD. Sri Rejeki Dikota Palu Propinsi Sulawesi Tengah . Journal Manajemen Pemasaran*. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Philip Kotler, dan Keller, 2007. *Manajemen pemasaran*, jilid satu dan dua, PT. Prenhallindo Jakarta.

Kotler dan Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid I. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philips. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa. Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta.

Kotler, And Amstrong, 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia Jilid 3, Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip. & Gary Armstrong.2014. *Principle of Marketing, 15 thn edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15thn Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall,Inc.

LAMPIRAN

Tabel 1.1
Data Penjualan Produk Bawang Goreng Pada UD. Sri Rejeki Kota Palu Tahun 2016- 2018

| No | Tahun Penjualan | Uraian | Jumlah |
|----|-----------------|------------------------------------|-----------|
| 1. | 2016 | Penjualan Bawang Goreng Sri Rejeki | 24.180 Kg |
| 2. | 2017 | Penjualan Bawang Goreng Sri Rejeki | 26.130 Kg |
| 3. | 2018 | Penjualan Bawang Goreng Sri Rejeki | 25.740 Kg |

Sumber : UD. Sri Rejeki Kota Palu data yang sudah dikelolah penulis.

Tabel 5.2.1
Produk Bawang Goreng Perkemasan Pada UD. Sri Rejeki Kota Palu

| No | Uraian | Jenis Kemasan Produk |
|----|---------------|-------------------------|
| 1. | Bawang Goreng | Aluminium Foil 100 Gram |
| 2. | Bawang Goreng | Aluminium Foil 150 Gram |
| 3. | Bawang Goreng | Aluminium Foil 200 Gram |
| 4. | Bawang Goreng | Aluminium Foil 250 Gram |
| 5. | Bawang Goreng | Dos 500 Gram |

Tabel 5.2.2
Harga Perkemasan Produk Bawang Goreng Pada UD. Sri Rejeki Kota Palu Dari Tahun 2016-2019

| No | Tahun | Uraian | Jenis Kemasan Produk | Harga Kemasan |
|----|-------|---------------|----------------------|---------------|
| 1. | 2016 | Bawang Goreng | Aluminium Foil | |
| | | | -100 Gram | Rp. 25.000 |
| | | | -150 Gram | Rp. 37.000 |
| | | | -200 Gram | Rp. 50.000 |
| | | | -250 Gram | Rp. 62.000 |
| 2. | 2017 | Bawang Goreng | Aluminium Foil | |
| | | | -100 Gram | Rp. 25.000 |
| | | | -150 Gram | Rp. 37.000 |
| | | | -200 Gram | Rp. 50.000 |
| | | | -250 Gram | Rp. 62.000 |
| 3. | 2018 | Bawang Goreng | Aluminium Foil | |
| | | | -100 Gram | Rp. 30.000 |
| | | | -150 Gram | Rp. 45.000 |
| | | | -200 Gram | Rp. 60.000 |
| | | | -250 Gram | Rp. 75.000 |
| 4. | 2019 | Bawang Goreng | Aluminium Foil | |
| | | | -100 Gram | Rp. 30.000 |
| | | | -150 Gram | |
| | | | -200 Gram | |
| | | | -250 Gram | |

| | |
|-----------|------------|
| -150 Gram | Rp. 45.000 |
| -200 Gram | Rp. 60.000 |
| -250 Gram | Rp. 75.000 |
| -500 Gram | Rp.150.000 |
