

## **Perbaikan Aktivitas Pemasaran Terhadap Produk Bakpia di Industri Omahe Bakpia**

Afifah Nur Arfiana Syamsudin<sup>1</sup>, Endy Suwondo<sup>2</sup>, Novita Erma Kristanti<sup>2</sup>

### **INTISARI**

Sebagai industri yang memproduksi bakpia, Omahe Bakpia diharuskan menyusun strategi pemasaran untuk memuaskan konsumen dan menunjang persaingan pasar. Omahe Bakpia telah menerapkan beberapa strategi pemasaran, namun pihak perusahaan merasa bahwa brand Omahe Bakpia masih kurang dikenal dan diminati. Penulis melakukan studi pendahuluan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*, dan diperoleh indeks sebesar 66,62%. Hal tersebut mengindikasikan kepuasan konsumen masih kurang baik, karena nilai 66,62% berada pada batas bawah kategori puas yaitu 66-80%.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi aktivitas pemasaran yang harus diperbaiki dan menyusun usulan perbaikannya. Perbaikan aktivitas pemasaran diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan 105 kuesioner, yang digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Metode yang digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas pemasaran yang perlu diperbaiki yaitu *Importance Performance Analysis*. Analisis nilai kesenjangan dan tingkat kesesuaian digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu memenuhi keinginan konsumen dan meranking aktivitas pemasaran berdasarkan prioritas perbaikannya.

Terdapat lima aktivitas pemasaran yang harus diperbaiki yaitu: (1) adanya tanggal produksi dan tanggal kadaluwarsa, (2) adanya diskon dalam pembelian jumlah tertentu, (3) adanya promosi melalui media sosial/web, (4) kemudahan mendapatkan produk, dan (5) kemudahan akses dalam menjangkau lokasi. Tahap selanjutnya yaitu wawancara mendalam dengan pihak perusahaan untuk memperoleh pertimbangan dalam menyusun usulan perbaikan. Hasil dari wawancara mendalam disusun dalam bentuk Diagram Ishikawa untuk memudahkan pembacaan. Perbaikan yang dapat dilakukan yaitu: (1) tanggal kadaluwarsan dicap dengan stempel, (2) memberikan diskon dan bonus, (3) memanfaatkan media sosial/web untuk promosi, (4) mencari mitra yang terkenal dan strategis, dan (5) mencantumkan alamat di media sosial, web, kemasan.

Kata Kunci: aktivitas pemasaran, bakpia, kepuasan konsumen, tingkat kepentingan, tingkat kinerja

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

<sup>2</sup>Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

## **Improvement of Bakpia Marketing Activities**

### **at Omahe Bakpia Industry**

Afifah Nur Arfiana Syamsudin<sup>1</sup>, Endy Suwondo<sup>2</sup>, Novita Erma Kristanti<sup>2</sup>

#### **ABSTRACT**

As an industry that produces bakpia, Omahe Bakpia must determine marketing strategy to satisfy and support market competition. Omahe Bakpia has implemented some marketing strategies, but the product still not well-known and less desirable. In the preliminary study to measure customer satisfaction index using *Customer Satisfaction Index* method, the result obtained is 66,62%. It indicates customer satisfaction is not good enough, since the value of 66.62% is at the lower limit of the satisfied category, which is 66-80%.

The purpose of this study is to identify marketing activities that need to be improved and make suggestions for improvement. The improvement of marketing activities is expected to increase customer satisfaction. The study was conducted by spreading 105 questionnaires, which were used to find out costumer responses about the level of importance and level of performance. *Importance Performance Analysis* was used to identify marketing activities that need to be improved. Gap value analysis and suitability level analysis were used to measure how far company could achieve customer expectations and sort marketing activities based on their improvement priorities.

There are five marketing activities that need to be improved, such as (1) production date and expired date, (2) a discount in the purchase of a certain amount, (3) the promotion through social media and website, (4) the ease of getting product, and (5) the ease of access in reaching location. The next step was an in-depth interview with the company to obtain considerations in making suggestions for improvement. The results of in-depht interview were presented in Ishikawa Diagram for easy reading. Improvements that can be done are (1) expired date is stamped by a special date stamp, (2) gives product discount and bonus, (3) utilizes social media and website for promotion purpose, (4) looks for famous and strategic location partnership, (5) lists addresses in social media, website and pack.

*Key words: marketing activity, bakpia, customer satisfaction, level of importance, level of performance*

---

<sup>1</sup>Student of Departmen Agroindustrial Technology, Gadjah Mada University

<sup>2</sup>Lecturer of Departmen Agroindustrial Technology, Gadjah Mada University