

ABSTRAK

Agnes Stephanie, 2018. “Strategi Produsen Dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Produksi Roti Shabrina Bakery di Banjarmasin)”. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (I) Dr. Syaugi Mubarrak Seff, MA, Pembimbing (II) Muhammad Haris, S.H.,M.Kn.

Kata Kunci: Strategi produsen, meningkatkan omset penjualan, roti Shabrina Bakery.

Penelitian ini bertolak dari banyaknya produsen yang menawarkan berbagai macam jenis merek roti yang sama akan tetapi dengan bentuk dan rasa yang bervariasi. Dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh produsen roti, maka penulis tertarik untuk meneliti pabrik produksi roti Shabrina Bakery di Banjarmasin tentang strategi yang lebih spesifik lagi yaitu strategi produksi yang dilakukan untuk meningkatkan omset penjualan. Selain itu perlu diteliti juga kendala-kendala apa saja yang menyebabkan omset penjualan serta cara pengendaliannya.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi produksi apa saja yang diterapkan oleh produsen dalam meningkatkan omset penjualan pada produksi roti Shabrina Bakery di Banjarmasin, serta untuk mengetahui cara pengendaliannya. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara secara langsung dengan produsen sebagai responden juga kepada para karyawan dipabrik roti Shabrina Bakery sebagai informan, terakhir dokumentasi. Dan data yang terkumpul dianalisis secara kualitatif.

Dari penelitian yang dianalisis secara kualitatif, menghasilkan temuan bahwa produsen roti Shabrina Bakery dalam meningkatkan omset penjualan mempunyai strategi yang lebih spesifik yaitu dengan mengutamakan produk agar tidak pernah kalah dalam persaingan pasaran terhadap pesaing roti yang sejenis yang berbeda merek. Dalam strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Strategi yang digunakan oleh produsen roti Shabrina Bakery setiap harinya melalui pesanan, dan didistribusikan oleh para *reseller* kerbagai daerah sasaran pasar.

Sedangkan harga ditetapkan dengan keterjangkauan masyarakat. Kendala-kendala yang dihadapi oleh produsen dan para karyawan ketika proses produksi dan menyebabkan turunnya omset penjualan, faktor cuaca, faktor persaingan roti yang sejenis, faktor menurunnya daya beli masyarakat, faktor usia roti yang sebentar, dan faktor pembatalannya pesanan dari *reseller*. Dengan kendala-kendala yang dihadapi oleh produsen, ada cara pengendalian tersendiri yang dilakukan beliau dengan meningkatkan dan menjaga kualitas mutu roti, mengurangi ukuran roti dengan menurunkan harga, serta membuat inovasi baru untuk tetap meningkatkan omset penjualan.