

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya produk roti dalam siklus hidup produk dan strategi bauran pemasaran saat ini sedang di laksanakan oleh Roti Ceria Jember yang mencakup produk, harga, tempat dan promosi. Untuk mengukur tahapan produk roti dalam siklus hidup produk dihitung dengan metode Polli and Cook menggunakan pendapatan penjualan roti dari tahun 2012 sampai 2016. Setelah mengetahui posisi siklus hidup produk roti, kemudian membandingkan dan menganalisis strategi bauran pemasaran yang saat ini dilaksanakan oleh Roti Ceria Jember dengan teori siklus hidup produk, sehingga peneliti nantinya akan menetapkan strategi yang alternatif pada tahap produk saat ini sesuai siklus hidup produk yang ada di teori. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan pengetahuan tentang produk roti, melalui wawancara, jurnal, dan lain sebagainya. Setelah melakukan perhitungan dengan metode Polli and Cook dalam siklus hidup produk, roti saat ini berada pada tahap pertumbuhan setelah melakukan analisa dan komparasi menurut teori. Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Roti Ceria Jember sesuai dengan strategi produk dalam tahap siklus hidup produknya saat ini.

Kata Kunci : Strategi Bauran Pemasaran, Siklus Hidup Produk.

ABSTRACT

This research is special to know the existence of bread product in product life cycle strategy and marketing mix strategy currently implemented by Ceria Jember Bread from product, price, place and promotion. To calculate the stages of bread products in the product life cycle using Polli and Cook method by using bread sales from 2012 until 2016. After knowing the position of the bread product life cycle, compare the marketing mix strategy currently implemented by Ceria Jember. With Life Cycle Theory Product, so the researchers will determine the current strategy in accordance with the product life cycle that existed in theory. Data completion technique in this research is based on knowledge about bakery product, through interview, journal, and so forth. After performing calculations by Polli and Cook methods in the product life cycle, bread is currently in the growth stage after analyzing and comparing by theory. So it can be concluded that the marketing mix strategy applied by Ceria Jember in accordance with product strategy in its product life cycle stage.

Keywords: *Marketing Mix Strategy, Product Life Cycle.*