

## ANALISIS PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM SALURAN DISTRIBUSI PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) ROTI AKBAR KOTA PEMATANG SIANTAR

Hadi Panjaitan<sup>1</sup>, Siska Yulianita Lubis<sup>2</sup>, M.Yusuf Parlagutan Lubis<sup>3</sup>, Jopinus Saragih<sup>4</sup>,  
Hendri Mayanta Tarigan<sup>5</sup>.  
(Universitas Efarina)<sup>1,4,5</sup>  
(Universitas Alwashliyah Medan)<sup>2</sup>  
(Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia)<sup>3</sup>

\*Korespondensi: [hadipanjaitan@gmail.com](mailto:hadipanjaitan@gmail.com)

### Abstract

*This Research Aims To Find Out How To Analyze The Application Of Promotional Mix In Distribution Channels Of Products Of Micro, Small Medium Enterprises (Umkm) Roti Akbar, Pematang Siantar City. This type of research is qualitative research and the results show that (1) The implementation of the current promotional mix has been carried out and has resulted in increased demand from various new stores in other areas. The promotional mix is carried out by implementing a personal selling system to several employees whose job is to distribute various regions by offering their bakery products to wholesalers, shops, coffee shops, or grocery stores. The conclusion is that currently the production process has increased which is followed by the demand for bread as well. (2) Bread akbar has developed in terms of the amount of production but it was very different yesterday during the pandemic where only a few sales made requests.*

**Keywords:** Product Distribution Channels, Micro, Small and Medium (MSMEs)

### Abstrak

Penelitian Ini Bertujuan Untuk Mengetahui Bagaimana Analisis Penerapan Bauran Promosi Dalam Saluran Distribusi Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Roti Akbar Kota Pematang Siantar. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kualitatif dan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Penerapan bauran promosi saat ini sudah dilakukan dan menghasilkan peningkatan permintaan dari berbagai toko baru yang ada di wilayah lain. Bauran promosi dilakukan dengan cara menerapkan sistem personal selling kepada beberapa karyawan yang bertugas untuk melakukan pendistribusian berbagai wilayah dengan menawarkan produk roti mereka ke grosir, toko, warung kopi, atau pun kelontong. Kesimpulan nya bahwa saat ini proses produksi mengalami peningkatan yang di ikuti dengan permintaan roti pula. (2) Roti akbar mengalami perkembangan dari sisi jumlah produksi namun sangat berbeda kemarin dimasa pandemic dimana penjualan hanya sedikit yang melakukan permintaan.

**Kata kunci:** Saluran Distribusi Produk , Mikro Kecil Menengah (Umkm)

## PENDAHULUAN

Pengembangan usaha kecil sebagai basis ekonomi kerakyatan merupakan salah satu langkah strategi yang perlu ditindaklanjuti dengan langkah nyata. Usaha roti di kota Pematang Siantar tidak lepas dari usaha yang keras di bidang pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran adalah sebuah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Inti dari pemasaran adalah fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Usaha kecil mikro

adalah usaha dengan skala kecil atau industri rumah tangga yang sebagian masih dikerjakan di rumah dengan alat yang sederhana atau tradisional selain itu memperkerjakan sedikit orang dan berorientasi pada pasar lokal. Usaha kecil mikro ini merupakan usaha utama yang dijalankan oleh masyarakat karena dapat dijalankan dengan modal yang sedikit. Usaha Kecil Mikro ini merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu daerah. Karena memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan daerah dan mengatasi pengangguran. Usaha Kecil Mikro (UKM) merupakan bagian dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tersebar disetiap daerah. Setiap daerah tersebut memiliki usaha yang beraneka ragam mulai dari kerajinan, makanan, pertanian, perternakan dan lainnya. Usaha kecil mikro ini juga menjadi ciri khas dari suatu daerah tersebut dan biasanya dijadikan sebagai oleh-oleh. Selain itu juga sebagai penopang perekonomian dan dapat mencegah pengangguran dan kemiskinan.

Roti Akbar merupakan usaha rumahan yang menjual beberapa macam roti hasil produksi sendiri. Usaha Roti akbar ini merupakan industri mikro yang sudah lebih kurang lebih selama 9 tahun. Faktanya diawal adanya pandemic virus corona penjualan roti akbar mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2020. Persaingan harga juga berlaku dari masing masing daerah yang menjadi sasaran dan perluasan pasar roti akbar. Di Kota Pematang Siantar roti akbar dibandrol dengan harga Rp. 1.000/pcs nya, sedangkan untuk daerah lain nya seperti dolok masihul dipatok dengan harga 1.200/pcs dan daerah sei rampah dibandrol dengan harga Rp.1.500/pcs. Hal ini disesuaikan dari ongkos antar yang harus menggunakan kendaraan dan memerlukan orang untuk mengantarkan nya sampai ketujuan, dan pastinya ada biaya yang akan dikeluarkan untuk itu.

Berikut ini dapat dilihat bagaimana jumlah penjualan yang dapat dilakukan oleh Roti Akbar setiap bulan nya di awal masa pandemic tahun 2020 sebagai berikut:

Table Jumlah penjualan dimasa pandemic sepanjang Tahun 2020 dalam beberapa bulan terakhir.

| <b>Lokasi</b>  | <b>Bulan</b> | <b>Jumlah</b> |
|----------------|--------------|---------------|
| Sei rampah     | Setiap bulan | 250 pcs       |
| Paya pasir     | Setiap bulan | 350 pcs       |
| Penggalangan   | Setiap bulan | 200 pcs       |
| Kampong binjai | Setiap bulan | 300 pcs       |
| Dolok masihul  | Setiap bulan | 200 pcs       |

Dari tabel diatas terlihat bagaimana rata rata penjualan roti akbar mengalami fluktuasi dengan perbandingan yang cukup signifikan atau naik turun saja setiap bulan nya dimana penjualan sebelum pandemic bisa mencapai 500 pcs roti setiap bulan. Namun dimasa masa pandemic ini muncul berbagai masalah yang membuat para pengusaha harus melakukan inovasi dan juga pengembangan pemasaran nya sehingga dapat memulihkan penjualan membaik.

Fakta mengenai cara pemasaran yang dilakukan oleh pihak Roti Akbar yakni saat ini pemilik roti akbar memperluas pasar mereka dengan tidak hanya melakukan penjualan

di daerah kota Pematang Siantar saja namun juga memperluas ke daerah kabupaten serdang bedagai seperti rampah, paya pasir, dolok masihul, Kampung Binjai dan juga penggalangan dan menambahkan kerjasama dengan berbagai toko dan grosir. Dan pihak roti akbar membuat trobosan dengan menggunakan jasa kurir pengantar untuk mengangkat rotinya dengan cepat dan sampai ke toko toko yang menjadi tempat penitipan roti akbar di berbagai tempat. Hal ini dilakukan mengingat roti akbar hanya bisa bertahan sekitar satu minggu saja.

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Bagaimana Analisis penerapan bauran promosi dalam saluran distribusi produk usaha mikro kecil menengah Roti Akbar di Kota Pematang Siantar.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut (Donni Juni Priansa 2017,) mengatakan bahwa : “Manajemen pemasaran merupakan proses untuk memberikan nilai kepada konsumen dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan perusahaan.”Pemasaran merupakan salah satu faktor yang terpenting untuk memajukan perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa.Kesuksesan perusahaan banyak ditentukan oleh prestasi di bidang pemasaran. Pemasaran merupakan proses mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen dan memuaskan konsumen dengan produk dan pelayanan yang baik. Aktivitas pemasaran sering di artikan sebagai aktivitas menawarkan produk dan menjual produk, tapi bila ditinjau lebih lanjut ternyata makna pemasaran bukan hanya sekedar menawarkan atau menjual produk saja, melainkan aktivitas yang menganalisa dan mengevaluasi tentang kebutuhan dan keinginan konsumen.Seiring berjalannya waktu,masyarakat ikut berkembang, tidak hanya berkembang dalam tingkatan pendidikan, teknologi, dan gaya hidup, masyarakatpun ikut berkembang.

### **Manajemen Strategi**

Menurut Johnson and Scholes (2016) Strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan. Siagian (2016) juga menyatakan Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Kemudian Craig&Grant (2016) menyebutkan Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (targeting and long-term goals) sebuah perusahaan dan tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (achieve the goals and objectives).

### **Industri Kreatif**

Ekonomi kreatif atau bisa di sebut industri kreatif merupakan suatu industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. dalam hal ini, industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptasn atau penggunaan pengeetahuan dan informasi. dan bisa di artikan konsep ekonomi yang menitikberatkan pada pengoptimalan informasi dan kreativitas, mengandalkan gagasan inovasi sertaketersediaan sumberdaya sebagai faktor produksi utama menjalankan kegiatan ekonomi. hal ini ditandai dengan adanya perubahan proses teknologi dari tradisional menjadi beralih ke proses modern, perubahan penggunaanpenggunaan sumbedaya alam beralih ke sumber daya manusia, dan perubahan industri dari manufaktur menjadi jasa berkembang menjadi industri kreatif. Menurut Howkins, kreativitas apabila seseorang berkata, mengerjakan, danmembuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan karakter baru pada sesuatu. Dengan kata lain howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan dimana input dan outputnya adalah gagasan. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan atau berkreasi. Memiliki kreativitas berarti kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru untuk menemukan cara-cara baru dalam memecakan persoalan dan menghadapi peluang. Kreativitas bukan hanya sekedar keberuntungan tetapi merupakan kerja keras yang disadar.

### **Promosi**

Menurut Buchari Alma (2012) promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang menyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa, kegiatan promosi adalah suatu kegiatan komunikasi antara pembeli dan penjual mengenai keberadaan produk dan jasa, menyakinkan, membujuk dan meningkatkan kembali akan produk dan jasa tersebut sehingga mempengaruhi sikap dan perilaku yang mendorong kepada pertukaran dalam pemasaran. Dengan adanya promosi Banyak manfaat yang dapat diperoleh baik dari sisi pembeli maupun penjual ketika melakukan pembelian dengan sistem online, salah satunya adalah pemasaran produk dapat menjangkau pelanggan diseluruh wilayah baik di jawa bahkan sampai luar jawa dan dapat dengan mudah memasarkan produk yang dijual dengan biaya yang lebih murah.

### **Bauran Pemasaran**

Didalam suatu perusahaan dibutuhkan strategi agar dapat menguasai pemasaran yang disebut Strategi Pemasaran yang digunakan perusahaan sering pula disebut bauran pemasaran (marketing mix). Ada empat komponen yang tercakup dalam kegiatan marketing mix ini yang terkenal dengan sebutan 4 P yang terdiri dari Product, Price, Place dan Promotion. Bauran pemasaran atau marketing mix adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat di kendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Dalam bukunya, (Kotler, 2016) mendefinisikan bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang

merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana yang dapat di kendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen, jadi bauran pemasaran terdiri dari himpunan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasaran. Seperti diketahui, strategi pemasaran adalah suatu himpunan asas yang secara tepat, konsisten dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang, dalam situasi persaingan tertentu.

## **METODE**

### **Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara :

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015:231) wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2017,203) Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung di lapangan misalnya kondisi ruang kerja dan lingkungan kerja yang dapat digunakan untuk menentukan faktor layak yang didukung dengan adanya wawancara

3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono, (2016) yaitu proses mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulenrapat, agenda dan sebagainya.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan."Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada."(Sugiyono,2016).

### **Uji Keabsahan Data**

Menurut sugiyono (2017) menyebutkan bahwa dalam menguji keabsahan data metode penelitian kualitatif,menggunakan istilah berbeda dengan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini uji keabsahan data dilakukan melalui Triangulasi data. Triangulasi merupakan suatu teknik pemeriksaan data dengan membandingkan data yang diperoleh dari satu sumber ke sumber ;ainnya dengan pendekatan yang berbeda. Tujuan triangulasi data adalah mengecek kebenaran data tertentu dan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain. Selaras dengan Sugiyono (2016, hlm. 372) bahwa triangulasi

diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan dengan sumber data yang berbeda. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik triangulasi sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi Teknik Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda yaitu seperti wawancara, observasi dan dokumentasi
3. Tri Agulasi Teori Mengadakan Member Check. Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan dari member check agar informasi yang peneliti peroleh yang digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud oleh informan. Oleh sebab itu dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara member check kepada subjek penelitian diakhir kegiatan penelitian lapangan tentang fokus yang diteliti yakni tentang upaya guru PKn dalam meningkatkan kedisiplinan siswa melalui pendekatan role model.

#### Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam kualitatif menurut sugiyono (2017) yakni setelah data terkumpul, maka peneliti akan mengolah data dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

1. Reduksi Data  
Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan tranformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan.
2. Penyajian Data dengan memeriksa kembali semua data yang diperoleh dengan memilih dan meyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevasinya dengan permasalahannya.
3. Penarikan Kesimpulan yakni Mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokan data yang diperoleh

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

Pada analisis data akan dipaparkan secara keseluruhan analisis data yang digunakan peneliti terhadap semua data yang ditelah disajikan sebelumnya. Data-data yang diperoleh

selama penelitian di Roti Akbar di Kota Pematang Siantar. Analisis penerapan bauran promosi dalam saluran distribusi produk usaha mikro kecil menengah Roti Akbar di Kota Pematang Siantar sehingga didapatkannya jawaban dari pokok masalah penelitian untuk menganalisis data-data tersebut penulis menggunakan metode Triangulasi yang terdiri dari Triangulasi sumber, Triangulasi metode, dan Triangulasi teori

1. Triangulasi Sumber

Dalam langkah pengecekan kembali data-data yang didapat dari informan peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk menanyakan langsung kebenarannya data atau informasi kepada informan satu dengan informan lainnya. Peneliti menggunakan beberapa orang informan selain informan kunci untuk mengecek kebenaran dari informan utama.

a. **Analisis Data Strategi Pengembangan Pemasaran Produk Roti Akbar Kota Pematang Siantar.**

Produk Roti Akbar yang dikembangkan di wilayah Kota Pematang Siantar memiliki berbagai pesaing, mulai dari produk sejenis dan hampir mirip menjadi salah satu tantangan di awal pemasaran yang di alami oleh pemilik usaha dan berikut jawaban seputaran pertanyaan yang di ajukan kepada pemilik usaha.



Gambar Wawancara Bersama Pemilik Usaha  
Tabel Daftar Pertanyaan

| NO | PERTANYAAN   |
|----|--|
| 1  | Bagaimana peluang yang muncul dengan strategi pengembangan bauran pemasaran roti saat ini? |

|   |   |
|---|---|
| 2 | Bagaimana kekuatan pasar dan kelemahan yang ada ketika pengembangan pasar dengan saluran distribusi yang ada? |
| 3 | Bagaimana sistem distribusi dan menyalurkan produk ini di pasar hingga sampai ke konsumen?                    |
| 4 | Apa saja yang menjadi kendala dan hambatan anda dalam melakukan pengembangan pasar yang ada?                  |
| 5 | Sejauh ini apa perbedaan pemasaran sebelumnya dengan system yang ada saat ini?                                |

1. Bagaimana peluang yang muncul dengan strategi pengembangan bauran pemasaran roti saat ini?  
“Dalam penjualan, merek Roti Akbar yang kita buat ini adalah sebagai langkah pengenalan kita kepada konsumen dan konsumen pasti memiliki sikap dan kepribadian tersendiri terhadap merek. Contoh Roti Akbar ini adalah nama dari merek kita kan, nah pastinya kalau mendengar nama ini menyimbolkan sesuatu yang tidak asing bagi telinga masyarakat Kota Pematang Siantar. Dan saya rasa ini adalah langkah yang kongkrit untuk mendokrang kekuatan produk kita kedepan nya dalam menghadapi persaingan dan perubahan sosial konsumen terhadap pembelian sebuah produk.
2. Bagaimana kekuatan pasar dan kelemahan yang ada ketika pengembangan pasar dengan saluran distribusi yang ada?  
“Bagi kami sebenarnya kalau untuk saya sendiri pengembangan dari produk yang saya punya mengalami trend yang cukup baik ya seperti menghadapi persaingan pasar misalnya, kami mau mengenalkan produk yang diciptakan dengan orang yang asli berasal dari kota Pematang Siantar, memiliki tempat di hati masyarakat kita ini. memang dari segi kelemahan kita juga punya contoh nya kita belum bisa memperluas orientasi pasar yang lebih luas lagi dan mengembangkan promosi yang lebih baik lagi”
3. Bagaimana sistem distribusi dan menyalurkan produk ini di pasar hingga sampai ke konsumen?  
“Kalau untuk distribusi yang kita lakukan saat ini bahwa kita memiliki karyawan yang memang fokus untuk mengantarkan roti kita ke beberapa jaringan kita yang ada diwilayah seperti Sei rampah, Indrapura, dan sampai ke Siantar juga ada, peluang meraih penjualan di kota ini kami rasa peluang nya masih besar yah, dari segi produk kita udah banyak dikenal orang memang jadi kalau peluang penjualan itu kami percaya tetap baik sampai dengan saat ini.
4. Apa saja yang menjadi kendala dan hambatan anda dalam melakukan pengembangan pasar yang ada?  
“Memang ada ancaman yang muncul dari situasi pandemic saat ini, dimana masyarakat kan banyak yang membatasi diri dan jarang untuk bepergian sementara

produk kita ini banyak di beli ketika hari besar yang kebanyakan masyarakat bepergian kerumah keluarganya dan berlibur dengan membawa oleh oleh khas daerah Pematang Siantar ya produk kita ini, kalau ancaman dari produk pesaing ya pasti ada juga lah seperti roti gembira, roti jon dan lain lain kan produk yang udah lama berdiri dan banyak dikenal orang juga mereka kan pesaing terdekat kita kalau produk roti.

5. Sejauh ini apa perbedaan pemasaran sebelumnya dengan system yang ada saat ini?  
“ Kalo dulu kan kita hanya berfokus pada satu tempat dan lokasi padahal peluang saat ini bisa diterima alhamdulillah dikenalkan dengan beberapa teman yang ada diwilayah lain yang siap nampung punya kita ini/roti. Dan semenjak adanya tempat baru, harga yang baru kita buat serta produk kita kan makin bagus ini banyak pilihan rasa, dan juga chanel kita makin luas ya alhamdulillah pemasarn nya makin bagus lah.

### **Wawancara bersama Konsumen**

Kali ini saya menambah informasi dengan mewawancarai salah seorang konsumen yang datang membeli produk Roti Akbar pada saat itu. Dengan mengajukan pertanyaan”



Gambar Konsumen

Tabel Pertanyaan Wawancara

| NO | PERTANYAAN   |
|----|--|
| 1  | Apakah harga yang ditawarkan produk ini sesuai dengan kualitasnya? |
| 2  | Sudah berapa lama anda mengkonsumsi produk roti akbar ini?         |

3 Apakah anda adalah salah satu pelanggan tetap yang sering membeli dan mengkonsumsi roti akbar?

1. Apakah harga yang ditawarkan produk ini sesuai dengan kualitasnya?  
“Menurut saya rasa dari roti akbar saat ini memang lebih baik dari sebelumnya sekarang itu banyak pilihan rasanya loh, saya suka yang selai strawberry manis manis gitu. “Kalo saya udah sering beli roti gembira , kalo masalah harganya yang sama saja dengan produk lain tapi saya lebih suka aja makan roti ini, keluarga saya juga suka.
2. Sudah berapa lama anda mengkonsumsi produk roti akbar ini?  
“Kalau ditanyak berapa lama ya kira kira udah ada 1 tahun lebih lah jadi pelanggan dari roti akbar ini, saya juga sekarang udah banyak sering jumpa roti ini di warung warung padahal dulu jarang sih ada paling satu dua warung aja yang jual.
3. Apakah anda adalah salah satu pelanggan tetap yang sering membeli dan mengkonsumsi roti akbar?  
“Kalau untuk dibilang pelanggan tetap ya mungkin bisa gitu dibilang tapi konsumsinya nggk terlalu sering lah”

### **Wawancara Bersama Karyawan**

Berikut ini hasil wawancara bersama salah seorang karyawan yang ada di Pabrik Roti Akbar Pematang Siantar, dan akan diajukan beberapa pertanyaan seputar proses pemasaran produk Roti akabr ini.berikut ini hasil wawancara bersama dengan karyawan diantaranya produksi dan juga karyawan kurir pengantaran.



Gambar Wawancara bersama Kurir



Bersama Karyawan Produksi

Tabel Pertanyaan Wawancara

| NO | PERTANYAAN  |
|----|---|
| 1  | Bagaimana situasi saat ini dalam pembuatan dan pengantaran roti akbar dan apakah mengalami peningkatan penjualan dan produksinya? |
| 2  | Bagaimana keadaan pasar dan permintaan pasar ketika produk roti ini diantarkan kepasar?   |
| 3  | Apa saja yang menjadi kendala dan hambatan dari sisi produksi dan pengantaran produk roti akbar?                                  |

1. Bagaimana situasi saat ini dalam pembuatan dan pengantaran roti akbar dan apakah mengalami peningkatan penjualan dan produksinya?  
 “Memang saat ini kita memperbanyak produksi artinya kalau produksinya di perbanyak berarti permintaan juga tinggi” kalau untuk jumlah ya ibuk pemilik lebih paham bang.
2. Bagaimana keadaan pasar dan permintaan pasar ketika produk roti ini diantarkan kepasar?  
 “Kalau situasi pasar memang terlepas dari pandemic kemarin saat ini udah mulai membaik sih artinya ada permintaan baru kadang dari toko atau grosir kalau karyawan yang lain ngantar ada aja.
3. Apa saja yang menjadi kendala dan hambatan dari sisi produksi dan pengantaran produk roti akbar?  
 “Kalau secara teknis ya kendala utama kita dalam pendistribusian roti ya paling cuaca, kalau dari kita kadang mesin nya sama alat kerja kita mengalami kerusakan jadi produksinya lambat.

### Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk melakukan suatu pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi sehingga data yang didapat valid.

Tabel Triangulasi Teknik

| Metode Pengumpulan Data   |   |  |
|---|---|--|
| Observasi   | Wawancara   | Dokumentasi  |
| Pada tahap ini dilakukan di Pabrik Roti Akbar Pematang Siantar, pengamatan di | Melakukan wawancara kepada 3 narasumber yang terdiri dari pemilik usaha, karyawan dan menambahkan | Dokumentasi yang didapat peneliti berupa foto saat wawancara dengan pemilik, pekerja |

|  |  |                      |
|--|--|----------------------|
| <p>lakukan sebagai tahapan untuk melihat serta mengidentifikasi bagian-bagian yang akan diteliti. Hal ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menemukan permasalahan yang ada pada saat melakukan penelitian.</p> | <p>konsumen untuk mendapatkan hasil yang maksimal dengan mempertimbangkan sumber yang satu dengan yang lainnya. Hasil dari wawancara tersebut akan di paparkan dilampiran.</p> | <p>dan pelanggan</p> |
|--|--|----------------------|

*Sumber: Data diolah oleh peneliti (2021)*

### Triagulasi Metode

Dengan cara ini peneliti mendapatkan hasil dimana hasil akhir penelitian tersebut akan dibandingkan dengan perspektif teori yang relavan untuk menghindari eksptasi dari peneliti atas temuan dan kesimpulan yang dihasilkan.

Tabel Triangulasi Teori

| <b>Pertanyaan penelitian</b>  | <b>Hasil penelitian</b>   | <b>Teori</b>   |
|---|---|--|
| <p>Untuk mengetahui Bagaimana Analisis penerapan bauran promosi dalam saluran distribusi produk usaha mikro kecil menengah Roti Akbar di Kota Pematang Siantar.</p> | <p>Dalam penelitian ini menghasilkan beberapa point utama penerapan bauran promosi dalam saluran distribusi produk usaha mikro kecil menengah Roti Akbar di Kota Pematang Siantar berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Tri agulasi Sumber.</p> | <p>Menurut (Johnson, G. and Scholes, 2016) Strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.</p> |

*Sumber: Data diolah oleh peneliti (2021)*

## **Isi Hasil Pembahasan**

Setelah melakukan observasi dan wawancara mengenai Analisis penerapan bauran promosi dalam saluran distribusi produk usaha mikro kecil menengah Roti Akbar di Kota Pematang Siantar diperoleh pembahasan sebagai berikut:

### **1. Wawancara Bersama Pemilik Usaha**

Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha bahwa hasil penelitian ini menunjukkan:

- a. Penerapan bauran promosi saat ini sudah dilakukan dan menghasilkan peningkatan permintaan dari berbagai toko baru yang ada di wilayah lain.
- b. Bauran promosi dilakukan dengan cara menerapkan sistem personal selling kepada beberapa karyawan yang bertugas untuk melakukan pendistribusian berbagai wilayah dengan menawarkan produk roti mereka ke grosir, toko, warung kopi, atau pun kelontong.
- c. Kesimpulan nya bahwa saat ini proses produksi mengalami peningkatan yang diikuti dengan permintaan roti pula.

### **2. Wawancara Bersama Konsumen**

Dari hasil wawancara bersama konsumen bahwa saat ini konsumen menyukai produk produk roti yang mengalami perubahan dengan menambahkan berbagai jenis rasa di dalam roti ini sehingga kepuasan konsumen tercapai.

### **3. Wawancara Bersama Karyawan**

Untuk hasil wawancara bersama karyawan Roti Akbar diperoleh pendapat dari karyawan bahwa roti akbar mengalami perkembangan dari sisi jumlah produksi namun sangat berbeda kemarin dimasa pandemic dimana penjualan hanya sedikit yang melakukan permintaan.

## **E. Implikasi Hasil Penelitian**

### **1. Implikasi Teoritis**

Pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. Menurut Dayle dalam Sudaryono (2016), pemasaran adalah proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba (retutns) bagi pemegang saham dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (valued customers) dan menciptakan keunggulan kompetitif.

### **2. Implikasi Praktis**

- a. Bagi Pemilik Usaha, Penelitian ini dapat menjadi masukan dan pemahaman bagi pemilik usaha untuk mengembangkan potensi yang ada dengan produk dan pemasarannya yang lebih baik lagi.
- b. Bagi Penelitian tentang roti kedepan nya diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan mahasiswa khususnya STIE Bina Karya yang akan melakukan penelitian dan observasi mengenai bauran pemasaran UMKM.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian disimpulkan hasil-hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dari hasil wawancara dengan pemilik usaha bahwa hasil penelitian ini menunjukkan:
  - a. Penerapan bauran promosi saat ini sudah dilakukan dan menghasilkan peningkatan permintaan dari berbagai toko baru yang ada di wilayah lain.
  - b. Bauran promosi dilakukan dengan cara menerapkan sistem personal selling kepada beberapa karyawan yang bertugas untuk melakukan pendistribusian berbagai wilayah dengan menawarkan produk roti mereka ke grosir, toko, warung kopi, atau pun kelontong.
  - c. Kesimpulan nya bahwa saat ini proses produksi mengalami peningkatan yang diikuti dengan permintaan roti pula.
2. Dari hasil wawancara bersama konsumen bahwa saat ini konsumen menyukai produk produk roti yang mengalami perubahan dengan menambahkan berbagai jenis rasa di dalam roti ini sehingga kepuasan konsumen tercapai.
3. Untuk hasil wawancara bersama karyawan Roti Akbar diperoleh pendapat dari karyawan bahwa roti akbar mengalami perkembangan dari sisi jumlah produksi namun sangat berbeda kemarin dimasa pandemic dimana penjualan hanya sedikit yang melakukan permintaan.

### **Saran dan Ucapan Terimakasih**

1. Pihak Roti Akbar Pematang Siantar harus lebih memaksimalkan strategi promosinya dalam usaha menarik konsumen.
2. Roti Akbar Kota Pematang Siantar sebaiknya menambah berbagai promosi untuk memperluas area pasar yang lebih baik lagi dan pengembangan produk melalui personal selling yang lebih baik lagi dan produk nya juga harus ditingkatkan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdiputra. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Bidang Bakery. In Prosiding Seminar Nasional Fakultas Teknik Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo (Vol. 1).
- David Fred R., F. R. D. (2015). Strategic Management : A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, Edisi ke-15,,: Pearson Education New Jersey.
- Freddy Rangkuti. (2016). Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT. : PT Gramedia.Jakarta.
- Grant., C. &. (2016). Manajemen Strategi.: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.Jakarta.
- Hartono, B. (2013). Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer.: Rineka Cipta.Jakarta.
- Johnson, Gerry, and K. S. (2016). "Exploring Corporate Strategy,. 4th Ed." Prentice Hall.

- Kim, W. & M. (2015). *Blue Ocean Strategy: Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*, Indonesia. Harvard Business School Publishing Corporation.
- Kotler (2016). *Blue Ocean Strategy (Strategi Samudra Biru) : Ciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan*. : Naura Book.Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2.*: PT. Indeks.Jakarta.
- Rahmawati. (2017). *Strategi Pemasaran Usaha Roti (Studi Kasus Pada Cv. Roti Daeng Makassar)*. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Siagian, S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. : Bumi Aksara.Jakarta.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi.*: C.V Andi Offset.Yogyakarta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. : Alfabeta, CV.Bandung.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. : ALFABETA.Bandung.
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. : Alfabeta, CV.Bandung.
- Sugiyono.(2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*: PT Alfabeta.Bandung.
- Sunyoto., D. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi.*: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.Bandung.
- Yulianti. (2019). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung)*". Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nur Ilham, R. ., Arliansyah, A., Juanda, R., Multazam, M. ., & Saifanur, A. . (2021). RELATHIONSIP BETWEEN MONEY VELOCITY AND INFLATION TO INCREASING STOCK INVESTMENT RETURN: EFFECTIVE STRATEGIC BY JAKARTA AUTOMATED TRADING SYSTEM NEXT GENERATION (JATS-NG) PLATFORM. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 1(1), 87–92. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v1i1.27>
- Yusuf Iis, E., Wahyuddin, W., Thoyib, A., Nur Ilham, R., & Sinta, I. (2022). THE EFFECT OF CAREER DEVELOPMENT AND WORK ENVIRONMENT ON EMPLOYEE PERFORMANCE WITH WORK MOTIVATION AS INTERVENING VARIABLE AT THE OFFICE OF AGRICULTURE AND LIVESTOCK IN ACEH. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 2(2), 227–236. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v2i2.191>
- Geovani, I. ., Nurkhotijah, S. ., Kurniawan, H. ., Milanie, F., & Nur Ilham, R. . (2021). JURIDICAL ANALYSIS OF VICTIMS OF THE ECONOMIC EXPLOITATION

- OF CHILDREN UNDER THE AGE TO REALIZE LEGAL PROTECTION FROM HUMAN RIGHTS ASPECTS: RESEARCH STUDY AT THE OFFICE OF SOCIAL AND COMMUNITY EMPOWERMENT IN BATAM CITY. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 1(1), 45–52. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v1i1.10>
- Bustani, B., Khaddafi, M. ., & Nur Ilham, R. (2022). REGIONAL FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM OF REGENCY/CITY REGIONAL ORIGINAL INCOME IN ACEH PROVINCE PERIOD YEAR 2016-2020. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 2(3), 459–468. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v2i3.277>
- Nur Ilham, R., Heikal, M. ., Khaddafi, M. ., F, F., Ichsan, I., F, F., Abbas, D. ., Fauzul Hakim Hasibuan, A. ., Munandar, M., & Chalirafi, C. (2021). Survey of Leading Commodities Of Aceh Province As Academic Effort To Join And Build The Country. *IRPITAGE JOURNAL*, 1(1), 13–18. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v1i1.19>
- Nur ilham, R., Likdanawati, L., Hamdiah, H., Adnan, A., & Sinta, I. . (2022). COMMUNITY SERVICE ACTIVITIES “SOCIALIZATION AVOID STUDY INVESTMENT” TO THE STUDENT BOND OF SERDANG BEDAGAI. *IRPITAGE JOURNAL*, 2(2), 61–64. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v2i2.312>
- Falahuddin, F., Fuadi, . F., Munandar, M., Juanda, R. ., & Nur Ilham, R. . (2022). INCREASING BUSINESS SUPPORTING CAPACITY IN MSMES BUSINESS GROUP TEMPE BUNGONG NANGGROE KERUPUK IN SYAMTALIRA ARON DISTRICT, UTARA ACEH REGENCY. *IRPITAGE JOURNAL*, 2(2), 65–68. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v2i2.313>
- Majied Sumatrani Saragih, M. ., Hikmah Saragih, U. ., & Nur Ilham, R. . (2021). RELATIONSHIP BETWEEN MOTIVATION AND EXTRINSIC MOTIVATION TO ICREASING ENTREPRENEURSHIP IMPLEMENTATION FROM SPP AL-FALAH GROUP AT BLOK 10 VILLAGE DOLOK MASIHUL. *MORFAI JOURNAL*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.54443/morfai.v1i1.11>
- Sandi, H. ., Afni Yunita, N. ., Heikal, M. ., Nur Ilham, R. ., & Sinta, I. . (2021). RELATIONSHIP BETWEEN BUDGET PARTICIPATION, JOB CHARACTERISTICS, EMOTIONAL INTELLIGENCE AND WORK MOTIVATION AS MEDIATOR VARIABLES TO STRENGTHENING USER POWER PERFORMANCE: AN EMPERICAL EVIDENCE FROM INDONESIA GOVERNMENT. *MORFAI JOURNAL*, 1(1), 36–48. <https://doi.org/10.54443/morfai.v1i1.14>
- Sinurat, M. ., Heikal, M. ., Simanjuntak, A. ., Siahaan, R. ., & Nur Ilham, R. . (2021). PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE INTEREST WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A VARIABLE INTERVENING IN BLACK ONLINE STORE HIGH CLICK MARKET: Case Study on Customers of the Pematang Siantar Black Market Online Store. *MORFAI JOURNAL*, 1(1), 13–21. <https://doi.org/10.54443/morfai.v1i1.12>

- Ilham, Rico Nur. et all (2019). Investigation of the Bitcoin Effects on the Country Revenues via Virtual Tax Transactions for Purchasing Management. *International Journal of Suplly Management*. Volume 8 No.6 December 2019.
- Ilham, Rico Nur. et all (2019).. Comparative of the Supply Chain and Block Chains to Increase the Country Revenues via Virtual Tax Transactions and Replacing Future of Money. *International Journal of Suplly Management*. Volume 8 No.5 August 2019.
- Lasta Irawan, A. ., Briggs, D. ., Muhammad Azami, T. ., & Nurfaliza, N. (2021). THE EFFECT OF POSITION PROMOTION ON EMPLOYEE SATISFACTION WITH COMPENSATION AS INTERVENING VARIABLES: (Case Study on Harvesting Employees of PT. Karya Hevea Indonesia). *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research, and Technology (IJSET)*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.54443/ijset.v1i1.2>
- Rahmaniar, R., Subhan, S., Saharuddin, S., Nur Ilham, R. ., & Anwar, K. . (2022). THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURSHIP ASPECTS ON THE SUCCESS OF THE CHIPS INDUSTRY IN MATANG GLUMPANG DUA AND PANTON PUMP. *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research, and Technology (IJSET)*, 1(7), 337–348. <https://doi.org/10.54443/ijset.v1i7.36>
- likdanawati, likdanawati, Yanita, Y., Hamdiah, H., Nur Ilham, R., & Sinta, I. (2022). EFFECT OF ORGANIZATIONAL COMMITMENT, WORK MOTIVATION AND LEADERSHIP STYLE ON EMPLOYEE PERFORMANCE OF PT. ACEH DISTRIBUS INDO RAYA. *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research, and Technology (IJSET)*, 1(8), 377–382. <https://doi.org/10.54443/ijset.v1i8.41>
- Nur Ilham, R., Arliansyah, A., Juanda, R. ., Sinta, I. ., Multazam, M. ., & Syahputri, L. . (2022). APPLICATION OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE PRINCIPLES IN IMPROVING BENEFITS OF STATE-OWNED ENTERPRISES (An Emperical Evidence from Indonesian Stock Exchange at Moment of Covid-19). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 2(5), 761–772. <https://doi.org/10.54443/ijeabas.v2i5.410>
- Rico Nur Ilham, Irada Sinta, & Mangasi Sinurat. (2022). THE EFFECT OF TECHNICAL ANALYSIS ON CRYPTOCURRENCY INVESTMENT RETURNS WITH THE 5 (FIVE) HIGHEST MARKET CAPITALIZATIONS IN INDONESIA. *Jurnal Ekonomi*, 11(02), 1022–1035. Retrieved from <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/481>
- Nur ilham, R., Likdanawati, L., Hamdiah, H., Adnan, A., & Sinta, I. . (2022). COMMUNITY SERVICE ACTIVITIES “SOCIALIZATION AVOID STUDY INVESTMENT” TO THE STUDENT BOND OF SERDANG BEDAGAI. *IRPITAGE JOURNAL*, 2(2), 61–64. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v2i2.312>

- Wayan Mertha, I. ., & Mahfud, M. (2022). HISTORY LEARNING BASED ON WORDWALL APPLICATIONS TO IMPROVE STUDENT LEARNING RESULTS CLASS X IPS IN MA AS'ADIYAH KETAPANG. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 2(5), 507–612. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v2i5.369>
- Mahfud, M., Yudiana, I. K., & Sariyanto, S. (2022). HISTORY OF BANYUWANGI KALIKLATAK PLANTATION AND ITS IMPACT ON SURROUNDING COMMUNITIES. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(1), 91–104. <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v3i1.492>
- Mahfud et all (2021). PEMANFAATAN TRADISI RESIK LAWON SUKU USING SEBAGAI SUMBER BELAJAR SEJARAH LOKAL PADA SMA DI BANYUWANGI. *Media Bina Ilmiah Vol.16 No.3 Oktober 2021*. <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/1294/pdf>
- Sinta, I., Nur Ilham, R. ., Authar ND, M. ., M. Subhan, & Amru Usman. (2022). UTILIZATION OF DIGITAL MEDIA IN MARKETING GAYO ARABICA COFFEE. *IRPITAGE JOURNAL*, 2(3), 103–108. <https://doi.org/10.54443/irpitage.v2i3.467>
- Nur Ilham, R., Arliansyah, A., Juanda, R. ., Sinta, I. ., Multazam, M. ., & Syahputri, L. . (2022). APPLICATION OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE PRINCIPLES IN IMPROVING BENEFITS OF STATE-OWNED ENTERPRISES (An Emperical Evidence from Indonesian Stock Exchange at Moment of Covid-19). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 2(5), 761–772. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v2i5.410>
- Mahfud et all (2020). Developing a Problem-Based Learning Model through E-Learning for Historical Subjects to Enhance Students Learning Outcomes at SMA Negeri 1 Rogojampi. *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* 485 (2020) 012014 doi:10.1088/1755-1315/485/1/012014