

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Banyaknya bisnis *cake & bakery* membuat terjadinya persaingan yang kuat demi merebut perhatian konsumen dan minat beli konsumen. Salah satunya di kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Kota yang disebut dengan kota wisata ini memiliki berbagai macam usaha makanan yang tentunya menjadi serbuan para wisatawan yang datang dan berkunjung ke kota ini, salah satunya usaha *cake & bakery*. Usaha *cake & bakery* yang telah ada dan berkembang di kota Bukittinggi diantaranya adalah Elna *Cake & Bakery*, Roti Lim, Usaha Kue Bunda, dll.

Elna *Cake & Bakery* bergerak pada bidang usaha produksi, distribusi dan penjualan berbagai macam roti dan kue. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2008 dan mengalami perkembangan setiap tahunnya. Hal ini ditandai dengan berdirinya tiga gerai Elna *Cake & Bakery* yang tersebar di tiga titik di pusat kota Bukittinggi. Selain menjual dan menyediakan produknya di gerai khusus Elna *Cake & Bakery*, elna cake juga menempatkan produknya di beberapa supermarket dan kios makanan yang ada di Bukittinggi. Selain itu, Elna *Cake & Bakery* juga memiliki beberapa outlet di kota Padang, Payakumbuh dan Batusangkar. Elna *Cake & Bakery* memiliki visi untuk memiliki outlet diseluruh Sumatera Barat.

Elna *Cake & Bakery* Bukittinggi terbagi atas tiga store yang tersebar di kota Bukittinggi, yaitu Elna *Cake & Bakery* Jambu Air, Elna *Cake & Bakery* Gurun Panjang dan Elna *Cake & Bakery* Jembatan Besi. Ketiga store tersebut tersebar di kota Bukittinggi dengan jarak yang cukup berjauhan sehingga calon konsumen

dapat memilih untuk mengunjungi store *Elna Cake & Bakery* yang diinginkan. Produk yang ditawarkan oleh *Elna Cake & Bakery* rata-rata sama di ketiga store yang ada di Bukittinggi, bermacam variasi kue ulang tahun seperti kue tart, *blackforest*, *redvelvet*, dan *rainbow cake*, bermacam-macam kue kering untuk lebaran, maupun camilan roti untuk dikonsumsi sehari-hari seperti roti sobek empat rasa, *cupcake*, kue agar-agar, dll. Produk yang ada di *Elna Cake & Bakery* selalu baru setiap harinya, sehingga selalu “*fresh from the oven everyday*” dan juga kue yang ada di *Elna Cake & Bakery* lebih *update* karena mengikuti selera konsumen dan mengikuti apa saja kue yang sedang *hits* sekarang ini, seperti *redvelvet cake*, *cake in jar*, kue pie susu, dll. Sehingga kue yang ada di *Elna Cake & Bakery* terkesan tidak monoton dan selalu menghasilkan sesuatu yang beda.

Berdasarkan wawancara penulis kepada pemilik *Elna Cake & Bakery*, dikatakan bahwa *Elna* selaku pemilik memiliki 100 orang karyawan yang bertugas di bagian produksi kue, dan juga sebagai karyawan toko. Setiap harinya *Elna* meracik kue dan menulis resepnya kemudian resep tersebut diolah oleh para tim produksi yang nantinya menghasilkan kue yang siap untuk dipasarkan. Kondisi pengunjung *Elna Cake & Bakery* selalu ramai terutama ketika akhir pekan karena banyaknya wisatawan yang datang ke Bukittinggi. *Elna Cake & Bakery* telah menjadi toko yang harus dikunjungi oleh penduduk lokal Bukittinggi maupun oleh wisatawan yang datang ke Bukittinggi untuk berbelanja kue karena lokasinya yang strategis, tampilan toko yang menarik konsumen untuk datang, cita rasa kue yang enak, banyaknya variasi kue yang ditawarkan dan juga harga yang terjangkau.

Kondisi persaingan usaha *bakery* di Bukittinggi terbilang cukup sengit karena kota Bukittinggi yang tergolong kota kecil namun memiliki daya tarik pariwisata yang tinggi, sehingga banyak bermunculan usaha *bakery* yang mencoba peruntungan di Bukittinggi. Sebut saja usaha *bakery* Lim yang terletak di kampung cina yang sudah ada sejak lama, usaha kue Bunda, Roti 'O dan Roti *Boy* yang baru berdiri semenjak tahun 2013 dan 2014, dan lain lain. Namun Elna *Cake & Bakery* yang telah berdiri semenjak tahun 2008 dapat memenangkan persaingan usaha *bakery*, buktinya pada kurun 7 tahun terakhir semenjak awal berdiri Elna *Cake & Bakery* telah memiliki 3 store di Bukittinggi, dan beberapa store yang tersebar di kota lain di Sumatera Barat.

Berikut tabel omset penjualan Elna *Cake & Bakery* di Kota Bukittinggi dalam 5 tahun terakhir :

**Tabel 1.1**

**Tabel Omset Penjualan Elna *Cake & Bakery* di Kota Bukittinggi**

TAHUN	OMSET PENJUALAN (TH)	PENINGKATAN
2010	Rp 150.000.000	-
2011	Rp 165.000.000	10%
2012	Rp 181.500.000	10%
2013	Rp 208.725.000	15%
2014	Rp 240.000.000	15%

Berdasarkan tabel penjualan di atas dapat dilihat bahwa semenjak tahun 2010 sampai tahun 2014 omset penjualan Elna *Cake & Bakery* terus meningkat mulai 10%-15%. Menurut manajemen Elna *Cake & Bakery* omset penjualan di tahun 2015 dan 2016 akan mengalami peningkatan dalam kisaran 18%-20%. Hal ini disebabkan karena Elna *Cake & Bakery* yang selalu menawarkan produk kue yang bervariasi dan berbeda dengan produk pesaing. Contohnya dari segi tampilan kue yang selalu menyesuaikan selera konsumen, serta memiliki harga yang terjangkau, suasana toko yang menarik bagi konsumen, dll.

Dalam kondisi yang penuh persaingan seperti sekarang ini, setiap pelaku bisnis harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat, ataupun dengan mempertahankan keunggulan bersaing mereka. Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk memenangkan persaingan adalah strategi diferensiasi produk. Menurut Suwarsono (2002), jika suatu perusahaan memiliki keunikan dalam hal produk, harga maupun promosi, maka perusahaan tersebut telah melakukan diferensiasi dengan sendirinya. Pihak manajemen memiliki banyak pilihan pendekatan (dan teknik) dalam menerapkan strategi diferensiasi antara lain melalui : rasa, desain, citra dan prestise reputasi, teknologi, pelayanan konsumen, jaringan distribusi, ketersediaan suku cadang, kualitas dan keseragaman jenis barang.

Tujuan dari diferensiasi adalah mengembangkan *positioning* yang tepat sesuai keinginan dari konsumen potensial yang ingin dituju. Diferensiasi produk yang berhasil adalah diferensiasi yang mampu mengalihkan basis persaingan dari harga ke faktor lain, seperti karakteristik produk, strategi distribusi atau variabel-variabel promotif lainnya. Adapun keuntungan dari adanya diferensiasi produk

adalah produk lebih mudah diingat para konsumen, produk lebih unggul dibandingkan dengan produk pesaing, harga jual produk lebih tinggi, dan membantu terciptanya *image* produk.

Melihat fenomena yang terjadi, maka penulis melakukan survey awal kepada 10 orang responden yang sudah pernah ke Elna *Cake & Bakery*. Survey ini berkaitan dengan apa motif awal konsumen untuk datang dan membeli produk Elna *Cake & Bakery*, berdasarkan survey kepada 10 orang responden tersebut, didapatkan hasil 6 dari 10 orang responden menjawab bahwa minat beli konsumen untuk berbelanja di Elna *Cake & Bakery* karena Elna *Cake & Bakery* berbeda dengan *bakery* lainnya yang ada di Bukittinggi.

Berdasarkan hal di atas dapat dilihat bahwa perkembangan usaha makanan khususnya di kota Bukittinggi mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Banyaknya pelaku usaha yang memiliki berbagai macam konsep atau ide yang ditawarkan untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan. Untuk mengatasi hal itu dibutuhkan strategi diferensiasi produk yang dapat membuat produk yang ditawarkan diingat oleh konsumen dibandingkan produk pesaing, sehingga hal ini dapat menarik minat konsumen.

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka penulis memilih untuk melakukan penelitian pada Elna *Cake & Bakery* di Bukittinggi dengan judul penelitian sebagai berikut :“ **Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap *Purchase Intention* pada Elna *Cake & Bakery* Bukittinggi**”

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah untuk penelitian, yaitu :

1. Apakah variabel diferensiasi produk berbasis bentuk (X1) memberi pengaruh terhadap *purchase intention* pada Elna *cake & bakery* ?
2. Apakah variabel diferensiasi produk berbasis keistimewaan (X2) memberi pengaruh terhadap *purchase intention* pada Elna *Cake & Bakery* ?
3. Apakah variabel diferensiasi produk berbasis kualitas kesesuaian (X3) memberi pengaruh terhadap *purchase intention* pada Elna *Cake & Bakery* ?
4. Apakah variabel diferensiasi produk berbasis keandalan (X4) memberi pengaruh terhadap *purchase intention* pada Elna *Cake & Bakery* ?
5. Apakah variabel diferensiasi produk berbasis gaya (X5) memberi pengaruh terhadap *purchase intention* pada Elna *Cake & Bakery* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial dari dua variabel yaitu : (1) Diferensiasi Produk (2) *Purchase Intention* dalam membeli makanan di Elna *Cake & Bakery* di kota Bukittinggi.

## 1.4 Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

Penelitian dan penyusunan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

### 1. Bagi penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam penerapan ilmu manajemen terutama dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai diferensiasi produk dan *purchase intention*.

### 2. Bagi Elna *Cake & Bakery*

Diharapkan penelitian ini dapat membantu Elna *Cake & Bakery* dalam mengetahui sejauh mana tingkat intensitas pembelian konsumen terhadap usaha *Cake & Bakery* nya sendiri dan dapat membantu dalam memecahkan masalah yang berhubungan dengan konsumen.

### 3. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan referensi konsumen dalam membeli produk *Cake & Bakery*.

### 4. Bagi Akademika

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya, dan dapat membantu menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis membatasi penelitian ini dengan meneliti pengaruh dari Diferensiasi Produk terhadap *Purchase Intention* Elna *Cake & Bakery* di kota Bukittinggi. Indikator diferensiasi produk yang akan dibahas antara lain dimensi . dan bagian dari *purchase intention*

## 1.6 Sistematika Penulisan

Secara umum, pembahasan ini akan dibagi kedalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Mencakup Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Ruang Lingkup Penelitian.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Mencakup tentang konsep-konsep yang teoritis yang digunakan sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian dan pernyataan yang dipakai sehubungan dengan yang akan diteliti.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Menjelaskan pendekatan dan metodologi penelitian yang digunakan dalam menganalisa masalah yang berisikan objek penelitian , populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variable penelitian, defenisi operasional dan pengukuran variabel dan analisa data.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Berisikan hasil penelitian tentang adanya pengaruh diferensiasi produk terhadap *purchase intention*.

### **BAB V: PENUTUP**

Berisikan kesimpulan dan saran yang merupakan ringkasan singkat hasil dari pembahasan serta saran yang diberikan