

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi yang ketat akan persaingan ini, perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan mengenai kebutuhan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Para konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli barang produk roti telah melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapat informasi baik melalui iklan atau referensi dari orang lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk tersebut. Pada kenyataannya, keinginan membeli dilakukan oleh konsumen terhadap roti semakin meningkat karena roti merupakan salah satu makanan pengganti nasi yang memiliki peranan penting bagi manusia. Dalam kehidupan, manusia tidak dapat dipungkiri bahwa roti memiliki peranan yang besar. Namun seringkali dalam kenyataannya konsumen sulit dalam pengambilan keputusan untuk membeli roti di toko itu atau tidak.

Peran roti penting baik untuk dewasa maupun anak-anak. Anak-anak juga membutuhkan roti untuk memenuhi kebutuhan gizi di dalam tubuh. Tingginya permintaan roti di kawasan Semarang dipengaruhi oleh keinginan dan kesukaan konsumen untuk membeli roti yang semakin meningkat. Pada masa sekarang ini dikaitkan dengan 'masa serba instan'. Serba instan merupakan gaya hidup manusia pada jaman sekarang, manusia lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan yang mudah dan praktis, roti menjadi pilihan konsumsi terfavorit bagi

manusia, karena cepat dan praktis serta mengandung gizi dan karbohidrat yang dibutuhkan oleh tubuh karena itu konsumen sering bimbang dalam hal mengambil keputusan.

Berdasarkan pada fenomena tersebut mendorong munculnya permintaan dan minat beli konsumen yang variatif terhadap roti sehingga membuat permintaan akan roti menjadi tinggi dan cenderung meningkat. Kondisi tersebut mendorong munculnya penyedia atau toko roti yang “menjamur” termasuk di Kota Semarang. Perkembangan toko roti di Semarang juga tergolong cukup pesat. Beberapa perusahaan roti di kota Semarang kini semakin terkenal. Pada tahun 1970 kita hanya mengenal beberapa merek roti seperti Roti Danti, Roti Swiss House Bakery dan Roti Wonder. Dengan berkembangnya teknologi saat ini, maka bermunculan beberapa merek roti seperti Roti Dadi, Roti Galaxy, Roti Mutiara, Sari Roti, Roti Roti Virgin, Roti Holand, Roti The Bakery, Roti Dyriana Bakery, Roti Buana. Keadaan ini merupakan salah satu bentuk peningkatan perusahaan-perusahaan roti di Kota Semarang.

Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2002). Perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, harus mempelajari terlebih dahulu keinginan dan kebutuhan, konsumen pada saat ini dan yang akan datang.

Resiko dari peningkatan perusahaan Roti di kota Semarang, adalah mendorong para pengusaha untuk berlomba-lomba menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Perusahaan dalam menghadapi persaingan

tersebut berusaha untuk membuat sesuatu yang dapat membedakan produknya dengan produk perusahaan lain. Cara yang dilakukan perusahaan untuk membedakan produknya dengan produk perusahaan lain adalah dengan memberikan harga yang terjangkau, kualitas yang terjamin, layanan yang ramah dan kemasan yang menarik. Keempat komponen ini, harga yang terjangkau, kualitas yang terjamin, layanan yang ramah dan kemasan yang menarik tersebut sangat penting dalam kegiatan pemasaran dan perlu di pertimbangkan sebagai suatu keunggulan yang dapat membuat perusahaan memenangkan persaingan.

Dengan harga yang terjangkau, kualitas yang terjamin, layanan yang ramah dan kemasan yang menarik, perusahaan roti ini dapat berkembang lebih maju, sukses sebagai salah satu cara perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan yang lain. Dengan demikian pemasaran dewasa ini merupakan persaingan persepsi konsumen dan tidak lagi sekedar persaingan produk. Beberapa produk dengan harga yang terjangkau, kualitas yang terjamin, layanan yang ramah dan kemasan yang menarik relatif sama dapat memiliki kinerja yang berbeda-beda di pasar. Perbedaan persepsi dibenak konsumen tersebut akan mempengaruhi produk yang akan dibelinya.

Perusahaan Roti Mutiara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan dan pemasaran roti merek Roti Mutiara. Oleh karena itu, Roti Mutiara harus pandai menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan pendapatan sehingga perusahaan Roti Mutiara dapat mengembangkan harga yang terjangkau, kualitas yang terjamin, layanan yang ramah dan kemasan yang menarik dengan efektif dan sebaik-baiknya. Pada

Mutiara Bakery ada beraneka macam produk roti yang diproduksi untuk memuaskan konsumen dengan berbagai macam varian antara lain seperti: roti coklat pisang, roti coklat pisang keju, roti coklat pisang kacang, roti tawar, dan lain-lainnya. Dalam rangka memenangkan persaingan di pasar produk roti, perusahaan roti Mutiara berusaha untuk membuat suatu inovasi terhadap produknya, agar dapat membedakan produknya dengan produk-produk perusahaan roti-roti lain-lainnya.

Dalam perusahaan roti Mutiara ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu mengenai harga yang terjangkau, kualitas yang terjamin, layanan yang ramah dan kemasan yang menarik, karena hal tersebut sangat penting dalam melakukan kegiatan pemasaran dan juga perlu dipertimbangkan sebagai suatu keunggulan yang dapat membuat perusahaan Roti Mutiara ini memenangkan persaingan dengan perusahaan roti-roti lainnya yang sudah ada antara lain: Roti Galaxy, Roti Dadi, Roti Swiss, Roti Mutiara, Roti Swiss House Bakery, Sari Roti, Roti Danti, Roti Virgin, Roti Holand, Roti The Bakery, Roti Dyriana Bakery, Roti Buana, dan lain-lainnya.

Tabel 1.1  
Perbandingan Harga Roti (dalam Rp)

Nama Rasa Roti	Roti Danti	Roti Swiss House Bakery	Roti Mutiara
Pisang Coklat	5.500	6.300	4.500
Pisang Keju	6.500	7.500	5.500
Pisang kacang coklat	6.000	7.000	5.000

Sumber: Data sekunder yang sudah diolah, 2014.

Tabel di atas memperlihatkan bahwa dilihat dari aspek harga, Roti Mutiara memiliki harga yang lebih kompetitif apabila dibandingkan 2 (dua)

kompetitornya, yaitu Danti dan Swiss House and Bakery. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga produk Roti Mutiara dinilai lebih terjangkau apabila dibandingkan dengan produk lainnya, walaupun dalam ukuran dan porsi produk yang lebih kecil apabila dibandingkan dengan kedua pesaingnya. Hanya saja dilihat dari segmentasi pasarnya, terlihat bahwa pelanggan Roti Swiss House Bakery adalah kalangan masyarakat menengah ke atas. Begitu juga dengan Roti Danti Bakery yang menargetkan segmentasinya untuk masyarakat menengah ke atas. Sedangkan dilihat dari aspek harga, produk Toko Roti Mutiara menekankan penjualan produknya untuk masyarakat menengah ke bawah. Dari aspek layanan, ketiga obyek produk roti tersebut secara umum memiliki pegawai kasir cepat, ramah, sopan santun, bersih, serta memiliki daya tanggap yang cukup tinggi dalam membantu konsumen memilih produk roti yang dimaksud. Dari aspek kemasan, Roti Danti sangat menarik, kemasan Roti Swiss House Bakery memiliki desain warna yang bagus, sedangkan Roti Mutiara memiliki kemasan desain yang sederhana namun tetap menarik.

Dengan semakin berkembangnya jaman, banyaknya perusahaan Roti Bakery yang hadir di Kota Semarang membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat. Hal ini disebabkan oleh banyaknya ragam pilihan hidangan roti dengan variasi bentuk serta rasa, tekstur, harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dihadirkan.

Di bawah disajikan data outlet penjualan produk roti yang eksisting saat penelitian ini dilakukan, seperti tampak pada tabel 1.2, di bawah.

Tabel 1.2  
Data Outlet Toko Roti di Semarang

Nama Toko Roti	Jumlah	Lokasi
Roti Dadi	3	Hiri Raya No 15 Semarang; Parang Kusumo II/2B Tlogosari; dan Wolter Monginsidi 149
Roti Galaxy	4	Gang Baru No. 10; Pasar Kambing; Pandean Lamper 17, dan Menoreh 76
Roti Mutiara	3	Jl. Hawa III No. 10; Supriyadi 223; dan Plamongan Hijau IV/12
Roti Swiss House Bakery	6	Jl. Gajah Mada 144 Ruko Murni; Siliwangi 102; Siliwangi 137; Abdul Rahman Saleh 56; Supriyadi 128; dan Indraprasta 116.
Sari Roti	3	Kawasan Industri Wijaya Kusuma; Jalan Tugu Wijaya III No 1; dan Siliwangi 148.
Roti Danti	4	Jl. MH Thamrin No 51; Pandanaran 178; Mataram 265; dan Kompleks Pondok Setiabudi Banyumanik
Roti Virgin	3	Jl Parang Kusumo Raya No18;
Roti Holand	7	Roti Holland Bakery Pandanaran; Majapahit; Siliwangi; Menoreh; Abdul Rahman Saleh; Pamularsih dan Bandara A. Yani
Roti the Bakery	6	MT Haryono No 655 (Bangkong); Jl. Tlogosari Raya 3; Perumahan Banyumanik; Perumahan
Roti Dyriana Bakery	6	Jl. Pandanaran 51A; Pemuda; Indraprasta; Hasanuddin; Imam Bonjol dan Sambiroto
Roti Buana	5	MT. Haryono No. 910; Pasar Mrican; Klipang; Supriyadi dan Wolter Monginsidi

Sumber: Data sekunder yang sudah diolah, 2014.

Mengacu pada tabel 1.2 di atas, maka terlihat bahwa pendirian outlet penjualan produk roti dari masing-masing produsen sudah menyebar di seluruh antero Kota Semarang, dengan harapan untuk mempermudah konsumen untuk mendapatkan produk roti secara lebih mudah. Oleh karena itu diperlukan adanya strategi yang dapat membantu perusahaan roti untuk tetap unggul di antara para pesaingnya. Strategi juga diperlukan untuk menilai perusahaan baik dari segi internal dan eksternal, apakah ada kekurangan dari strategi yang dilakukan perusahaan selama ini atau apa saja yang perlu ditambahkan dalam strategi usaha.

Strategi untuk mempertahankan dan sekaligus berperan untuk meningkatkan kemampuan bersaing, dilakukan dengan melakukan pemetaan terhadap kekuatan

dan kelemahan, yang disertai pembacaan terhadap aspek peluang dan ancaman ke depan yang mungkin bisa diterapkan. Setelah menemukan strategi yang sesuai, perusahaan diharapkan dapat menerapkan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mendapatkan peluang dan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga meminimalkan adanya kelemahan serta ancaman sehingga perusahaan Roti dapat terus bertahan dalam persaingan dan berkembang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian pengaruh harga, kualitas, layanan dan kemasan terhadap pembelian suatu produk menjadi cukup menarik. Penulis dalam penelitian ini tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS DESKRIPTIF PERSEPSI PEMBELI TENTANG HARGA, KUALITAS, LAYANAN DAN KEMASAN ROTI MUTIARA DI SEMARANG”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Setiap konsumen mempunyai alasan tertentu dalam mengkonsumsi roti, alasan tersebut hendaknya diketahui perusahaan roti, sehingga perusahaan roti dapat memenuhi keinginan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap harga Roti Mutiara ?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas Roti Mutiara ?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap layanan Roti Mutiara ?
4. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kemasan Roti Mutiara ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap harga Roti Mutiara
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas Roti Mutiara.
3. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap layanan Roti Mutiara.
4. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kemasan Roti Mutiara.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Perusahaan**

Memberikan informasi kepada pihak Perusahaan Roti Mutiara yang telah dijadikan obyek penelitian dengan harapan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan pedoman dalam pengambilan kebijaksanaan yang berhubungan dengan proses pemasaran.

#### **2. Bagi Pembaca**

Untuk menambahkan wawasan sumber ilmu pengetahuan di bidang pemasaran dan dapat mempelajari perilaku konsumen serta mengetahui sistem penerapan atribut Toko Roti Mutiara di Semarang yang tepat untuk menarik para konsumen agar membeli di toko Roti Mutiara tersebut. Sebagai sumber pengetahuan bagi pihak yang ingin mempelajari hal yang sama untuk penelitian yang lebih lanjut.



## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

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

Dalam bab ini juga dibahas tentang konsep teoritis sebagai dasar - dasar untuk menganalisis permasalahan yang ada yang merupakan hasil studi pustaka, kerangka pikir, dan definisi operasional.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Di dalam Metode penelitian meliputi: populasi dan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Di hasil penelitian dan pembahasan ini meliputi gambaran umum perusahaan sampel penelitian dan gambaran umum responden, serta hasil analisa data.

### **BAB V : PENUTUP**

Di dalam penutup berisi kesimpulan dan saran yang dapat dirangkumkan dari bab per bab sebelumnya.