

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Perusahaan

D'Ninis ialah bagian dari UMKM yang bergerak di industri bakery atau toko roti. D'Ninis bakery dirintis oleh ibu Ika Marthapurie sejak tahun 2010. Berdasarkan wawancara dengan owner, usaha ini didirikan ketika owner sudah berhenti bekerja sebagai karyawan lalu ingin memiliki usaha dan meraup penghasilan melalui keahliannya yaitu membuat kue. Selanjutnya, usaha D'Ninis bakery mulai berkembang dan memiliki outlet pada tahun 2017. Bakery ini memiliki tujuan yaitu membantu pelanggan untuk mendapatkan produk roti dan makanan ringan lainnya untuk dikonsumsi sendiri maupun untuk acara hajatan tanpa harus membuat sendiri di rumah.



Gambar 1.1 Logo D'Ninis Bakery

Sumber: Instagram Bakery D'Ninis Indonesia (2023)

Pelayanan yang diberikan D'Ninis bakery kepada pelanggannya yaitu produknya sudah terdaftar sertifikasi halal, melayani pengantaran tepat waktu, memberikan produk dengan mutu yang baik, memberikan

kemudahan cara pembayaran, membantu memberikan solusi sesuai budget pelanggan, dan memberikan peluang menjadi mitra usaha.

1.1.2 Lokasi Perusahaan



Gambar 1.2 Tampak Depan Outlet D’Ninis Bakery

Sumber: Data Internal D’Ninis Bakery (2023)



Gambar 1.3 Tampak Dalam Outlet D’Ninis Bakery

Sumber: Data Internal D’Ninis Bakery (2023)

D'Ninis bakery terletak di Ruko Fresh Market, Jl. Boulevard Kota Wisata No.6, Kelurahan Ciangsana, Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16968. Pembelian offline dapat dilakukan dengan mendatangi outlet secara langsung atau dapat memesan secara online dan pengantaran melalui kurir D'Ninis, Gojek, atau Grab. D'Ninis bakery juga mempromosikan produknya melalui laman sosial media Instagram dan Facebook.

1.1.3 Visi dan Misi

Visi :

Menjadi perusahaan *corporate* dalam bidang *bakery*, dengan mutu produk terbaik dan halal. Menjadi produk andalan keluarga Indonesia. Serta akan memberikan kesejahteraan masa depan karyawannya, sehingga menjadi perusahaan favorit untuk meniti karir.

Misi :

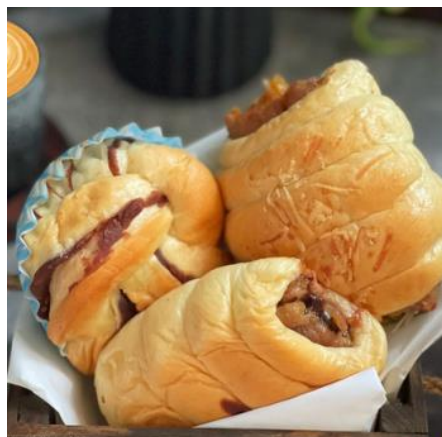
- Menciptakan dan menyediakan produk berkualitas terbaik dan halal dengan mendapatkan sumber bahan baku dari supplier terbaik
- Memberikan pelayanan teramah dan ternyaman
- Membuka lapangan usaha lebih luas di seluruh wilayah Indonesia
- Memberikan pendidikan dan pelatihan akhlak mulia dan kemampuan keahlian dalam bidang masing-masing kepada seluruh karyawan D'ninis bakery
- Memberikan kesejahteraan bagi karyawan dan keluarganya
- Menciptakan kenyamanan dalam beribadah saat bekerja dan berbelanja



Gambar 1. 4 Katalog Produk D’Ninis Bakery

Sumber: Data Internal D’Ninis Bakery (2023)

D’Ninis bakery memproduksi berbagai macam roti, bolu, dan kue ultah. Tak hanya itu, D’Ninis bakery juga menerima pesanan snack box, kue basah, serta kue kering untuk acara lebaran dan natal. Roti yang diproduksi oleh D’Ninis bakery memiliki kisaran harga yakni Rp. 7.000 hingga Rp. 30.000.



Gambar 1. 5 Roti Pisang

Sumber: Data Internal D’Ninis Bakery (2023)



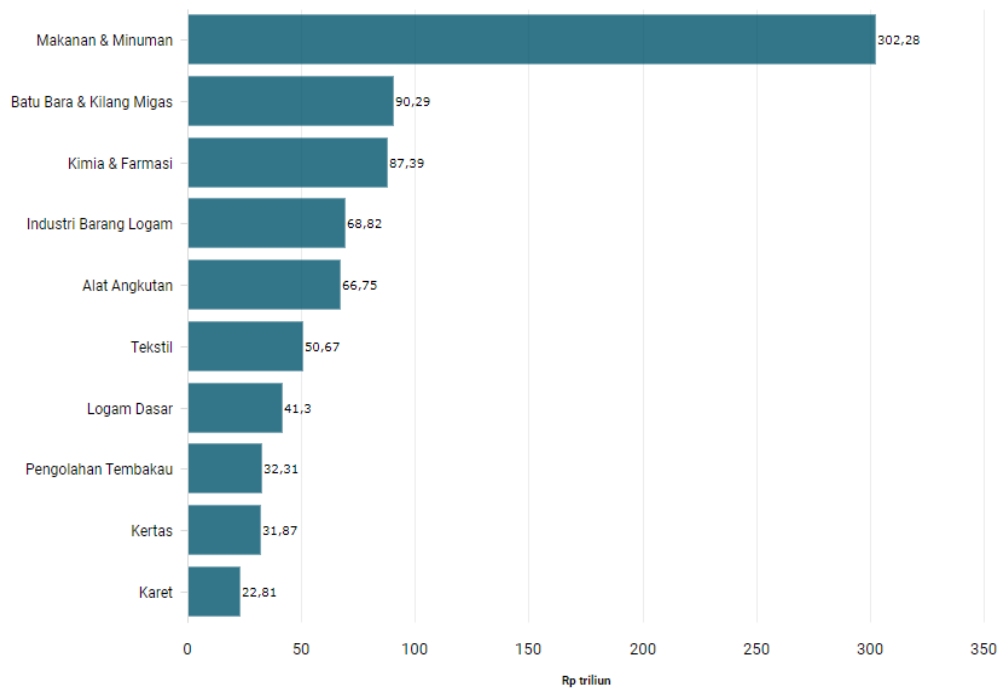
Gambar 1. 6 Roti Kentang

Sumber: Data Internal D’Ninis Bakery (2023)

D’Ninis bakery memiliki produk unggulan atau kerap disebut dengan *best seller* yaitu roti pisang dan roti kentang. Varian dari roti pisang terdapat 4 yaitu isi pisang, pisang coklat, pisang coklat keju, dan pisang keju. Semua varian dari roti pisang dibandrol dengan harga Rp. 11.000. Sedangkan, roti kentang terdapat 2 varian yaitu roti kentang isi coklat dan roti kentang isi keju. Baik roti kentang isi coklat maupun roti kentang isi keju dibandrol dengan harga Rp. 30.000. Produk-produk tersebut menjadi unggulan karena menurut informasi dari owner, pelanggan berpendapat bahwa rasanya berbeda dari *bakery* lain, adonannya lebih lembut, dan isinya juga banyak terutama pada roti pisang yang dimana ukuran pisang lebih besar dibandingkan dengan brand lain.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya memang kontribusi sektor industri ini memang cenderung lebih kecil setiap tahunnya, namun sektor industri masih menjadi penggerak utama perekonomian negara hingga saat ini. Produk domestik bruto (PDB) sektor industri berdasarkan harga berlaku (ADHB) sebesar Rp 877,82 triliun pada triwulan II 2022, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS). 17,84% PDB atau produk domestik bruto yang bernilai Rp 4,29 kuadriliun pada periode yang sama diwakili oleh porsi nilai yang tertera. (databoks.katadata.co.id, 2022)



Gambar 1.7 PDB Sektor Industri Menurut Subsektor (Kuartal II-2022)

Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)

Subsektor makanan serta minuman menjadi kontributor yang paling besar di PDB sektor industri kuartal II tahun 2022. Berdasarkan data pada Gambar 1.7, subsektor makanan dan minuman menembus angka Rp 302,28 triliun dengan persentase sebesar 34,44%. Lalu dilanjut dengan subsektor lainnya yaitu pengolahan batu bara dan pengilangan migas, industri kimia dan farmasi, industri barang logam, subsektor alat angkutan, industri tekstil dan pakaian, logam dasar, pengolahan tembakau, industri kertas, dan yang terakhir yaitu industri karet. Dibandingkan triwulan II tahun 2021, sektor industri mengalami pertumbuhan sebesar 4,01% pada triwulan II tahun 2022 (year on year/yoy). Berdasarkan keberhasilan tersebut, sektor industri memberikan kontribusi sebesar 0,82% terhadap pertumbuhan PDB nasional sebesar 5,44% (year over year/yoy) pada triwulan II tahun 2022. (databoks.katadata.co.id, 2022)

Tabel 1.1 Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal

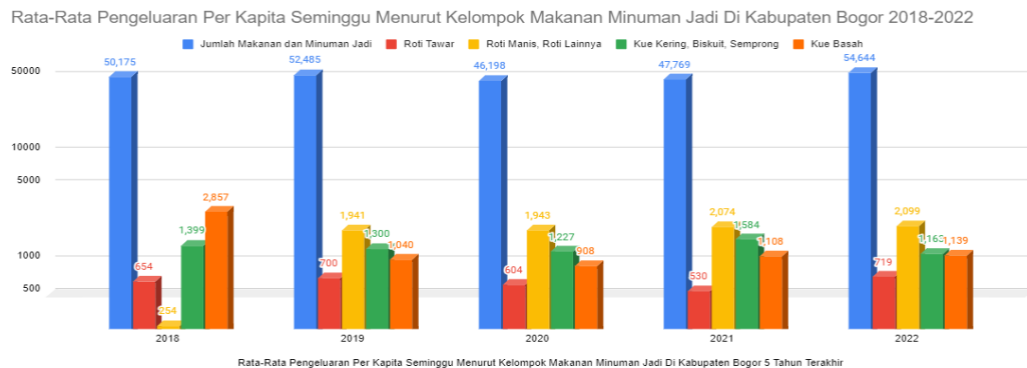
Kelompok Komoditas Commodity Group	Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan - Kota (Rp)	Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan - Desa (Rp)	Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan - Kota+Desa (Rp)
Makanan/Food			
Padi-padian/Cereals	67.200	77.167	71.442
Umbi-umbian/Tubers	7.495	10.178	8.637
Ikan/udang/cumi/kerang/ Fish/shrimp/COMMON squid/shells	59.896	51.512	56.328
Daging/Meat	41.242	27.243	35.294
Telur dan susu/eggs and milk	42.297	26.305	35.491
Sayur-sayuran/Vegetables	55.679	52.598	54.368
Kacang-kacangan/Legumes	14.743	12.199	13.660
Buah-buahan/Fruits	35.233	24.646	30.727
Minyak dan kelapa/Oil and coconut	21.638	21.824	21.717
Barang minuman/Beverages stuffs	19.551	20.389	19.968
Bumbu-bumbu/Spices	15.723	13.898	14.946
Konsumsi lainnya/Miscellaneous food items	14.594	11.825	13.416
Makanan dan minuman jadi/Prepared food and beverages	246.924	154.644	207.650
Rokok/Cigarettes	79.567	56.659	62.163
Jumlah makanan/Total food	721.064	591.067	665.797
Bukan makanan/Non-food			
Perumahan dan fasilitas rumah tangga/ Housing and household facilities	450.378	226.439	355.069
Barang dan jasa/ Goods and services	201.790	97.026	157.202
Pakaian, alas kaki, dan tutup kepala/ Clothing, footwear, and headgear	35.747	27.264	32.137
Barang tahan lama/Durable goods	55.505	39.660	48.761
Pajak, asuransi, dan asuransi/ Taxes and insurance	66.422	33.744	52.514
Kepeluan pesta dan upacara/kenduri/Festives and ceremonies	18.316	13.677	16.342
Jumlah bukan makanan/Total non-food	828.159	437.809	662.025
Jumlah/Total	1.549.243	1.028.896	1.327.782

Sumber: bps.go.id (2022)

Tabel 1.1 menampilkan rata-rata pengeluaran setiap individu per bulan pada pembelian makanan dan minuman di kota sebesar 246.924 dan di desa sebesar 154.644. Jika digabungkan, angka-angka ini setara dengan 207.650 pengeluaran per kapita di kota dan desa. Terlihat jelas dari data yang tersaji di atas bahwa makanan dan minuman jadi merupakan salah satu komoditas yang sering dijadikan konsumsi rumah tangga. Peluang yang ada pada bisnis kuliner menjadi bertambah dengan banyaknya konsumsi rumah tangga khususnya pada komoditas makanan dan minuman jadi. Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa minat konsumsi makanan dan minuman jadi di Indonesia sangatlah tinggi hingga terlihat adanya peluang bisnis khususnya di bidang kuliner. Hal ini dapat mempengaruhi tingginya transaksi jual beli pada bisnis kuliner.

Roti merupakan salah satu dari sekian banyak komoditas makanan jadi. Roti adalah makanan pokok yang komposisinya terdiri dari campuran tepung terigu serta ragi. Karena penggunaan roti oleh penjahaj, roti telah menjadi makanan pokok di Indonesia sejak lama. Roti telah mengalami banyak perubahan seiring berjalannya waktu, dengan beragam rasa dan bentuk. Sejak zaman Belanda, sekitar tahun 1930, roti sudah dikonsumsi di Indonesia. Masyarakat barat tidak hanya mengenal budaya

roti, namun juga mulai dibeli dan dipasarkan sebagai taktik untuk mempromosikan roti kepada masyarakat Indonesia. (food.detik.com, 2014)



Gambar 1.8 Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Jadi Di Kabupaten Bogor 2018-2022

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Gambar di atas menggambarkan rata-rata pengeluaran mingguan per orang pada kelompok makanan dan minuman jadi di Kabupaten Bogor pada tahun 2018 hingga tahun 2022 yang terungkap dari website BPS yang kemudian diolah kembali oleh peneliti. Jumlah konsumsi makanan dan minuman jadi secara keseluruhan meningkat pada tahun 2019 dibandingkan tahun 2018. Kemudian pada tahun 2020 mulai menurun bersamaan dengan mulai menyebarnya virus Covid-19. Lalu, pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2022 meningkat kembali pasca Covid-19. Jenis makanan dan minuman jadi yang pertama dibahas yaitu roti tawar. Konsumsi roti tawar mengalami peningkatan pada tahun dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2019. Selanjutnya, mengalami penurunan pada tahun 2020 hingga tahun 2021. Namun, tahun 2022 adanya peningkatan. Kedua, konsumsi pada roti manis dan roti lainnya yang terus mengalami peningkatan dari tahun 2018 hingga 2022. Ketiga, konsumsi kue kering, biskuit, dan semprong menunjukkan penurunan dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Kemudian, di tahun 2021 perubahan singkat terjadi karena meningkat dan kembali mengalami penurunan di tahun 2022. Terakhir, konsumsi kue basah yang menghadapi penurunan mulai tahun 2018

hingga tahun 2020. Kemudian, pada 2021 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan. Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan maka dapat dilihat adanya peluang usaha pada kelompok makanan dan minuman jadi khususnya pada jenis roti.

Peluang usaha pada industri roti semakin menjanjikan karena roti digemari oleh seluruh kalangan masyarakat di Indonesia. Usaha roti mulai bermunculan dari skala kecil yang kerap disebut *Home Industry* sampai dengan skala besar. Meski adanya krisis ekonomi di Indonesia, namun banyak industri roti berskala kecil yang tetap berkembang. Persentase pada industri roti yaitu didominasi oleh skala kecil sebesar 60%, industri menengah 20%, dan industri besar 20%. (kumparan.com, 2022)

D’Ninis bakery menawarkan berbagai jenis produk roti yang memiliki bentuk serta varian yang berbagai macam sehingga konsumen mempunyai beragam macam pilihan mengacu adanya perbedaan selera setiap individu.

Tabel 1.2 Daftar Menu D’Ninis Bakery

No.	Nama Produk	Harga
1.	Milky Cheese Bun	Rp. 8.000
2.	Milky Bun	Rp. 7.000
3.	Raisin Roll	Rp. 7.000
4.	Blueberry Ice	Rp. 8.000
5.	Mesis Laiker	Rp. 8.000
6.	Pizza Mix	Rp. 12.000
7.	Pizza Beef	Rp. 14.000
8.	Sosis Mayo	Rp. 12.000
9.	Sosis Cheese	Rp. 12.000
10.	Floz Bun	Rp. 10.000
11.	Pillow Cake D.16 cm	Rp. 85.000
12.	Gateau Africa	Rp. 150.000
13.	Brownies Cream Cheese 20x20 cm	Rp. 125.000

14.	Cake Potong Campur Rasa 15x15 cm	Rp. 225.000
15.	Aneka Cupcake	Rp. 25.000 – Rp. 45.000/cup
16.	Mini Burger	Rp. 5.000
17.	Roti Cream Cheese	Rp. 50.000
18.	Picnic Bread	Rp. 75.000
19.	Smoked Beef Cheese Bread	Rp. 85.000
20.	Cinnamon Bread Roll	Rp. 22.000
21.	Potato Cheese Smoked Beef	Rp. 40.000
22.	Potato Choco	Rp. 30.000
23.	Potato Cheese	Rp. 30.000
24.	Roti Panggang 4 Rasa	Rp. 35.000
25.	Roti Kasur Manis Tanpa Isi	Rp. 20.000
26.	Cheese Special	Rp. 11.000
27.	Sugar Cheese	Rp. 10.000
28.	Choco Oreo Bun	Rp. 9.000
29.	Oreo Cream Bun	Rp. 10.000
30.	Ayam Lemper Bun	Rp. 10.000
31.	Burger Bun 6 Pcs	Rp. 12.000
32.	Roti Unyil 15 Pcs	Rp. 25.000
33.	Korean Garlic 6 Pcs	Rp. 50.000
34.	Roti Semir Talas Keju	Rp. 25.000
35.	Mini Meat Ball 6 Pcs	Rp. 25.000
36.	Aneka Roll Tart 20 cm	Rp. 40.000
37.	Bolu Talas Choco 11 x 22 cm	Rp. 40.000
38.	Lapis Surabaya 11 x 20 cm	Rp. 75.000
39.	Bolu Gulung 24 cm	Rp. 60.000
40.	Bolu Ketan Hitam 18 cm	Rp. 45.000
41.	Roti Tawar	Rp. 13.000
42.	Roti Tawar Toast	Rp. 12.000

43.	Roti Tawar Keju	Rp. 20.000
44.	Roti Tawar Gluten Free	Rp. 55.000
45.	Roti Tawar Keto	Rp. 100.000
46.	Cake Potong 20 x 20 cm	Rp. 100.000
47.	Roll Tart 3 in 1	Rp. 120.000
48.	Bolu Jadul Keju Gondrong 11 x 20 cm	Rp. 85.000
49.	Cake Choco Peanut 15 x 15 cm	Rp. 85.000
50.	Cake Choco Mesis 15 x 15 cm	Rp. 85.000
51.	Banana Choco Bun	Rp. 11.000
52.	Banana Cheese Bun	Rp. 11.000
53.	Banana Choco Cheese Bun	Rp. 11.000
54.	Banana Bun	Rp. 11.000
55.	Kemasan Oleh-Oleh Isi 5 Campur	Rp. 60.000
56.	Cake Moka Kacang	Rp. 85.000
57.	Cake Martabak Cream	Rp. 85.000
58.	Red Velvet Topping Peanut 15 x 15 cm	Rp. 85.000
58.	Red Velvet Cheese 15 x 15 cm	Rp. 85.000
59.	Roti Sobek Coklat Oreo	Rp. 25.000
60.	Roti Sobek Keju	Rp. 22.000
61.	Roti Sobek Kombinasi Coklat Keju	Rp. 22.000
62.	Roti Sobek 2 Rasa Red Bean Pandan	Rp. 22.000
63.	Roti Sobek Coklat	Rp. 22.000
64.	Choco Cheese Party	Rp. 8.000
65.	Cheese Party	Rp. 8.000
66.	Choco Party	Rp. 8.000
67.	Moka Choco Party	Rp. 8.000
68.	Triple Choco	Rp. 10.000
69.	Donat 6 Pcs	Rp. 30.000
70.	Roll Bread Abon / Mesis Coklat / Keju	Rp. 65.000
71.	Sisir 6 Rasa	Rp. 60.000

72.	Donat Unyu 6 Pcs	Rp. 35.000
73.	Donat Kombinasi Cokju 6 Pcs	Rp. 30.000
74.	Choco Mickey	Rp. 8.000
75.	Choco Spiderman	Rp. 10.000
76.	Choco Keroppi	Rp. 10.000
77.	Choco Minion	Rp. 10.000
78.	Choco Doraemon	Rp. 10.000
79.	Polo Choco	Rp. 9.000
80.	Coffee Bun	Rp. 8.000
81.	Red Bean Bun	Rp. 8.000
82.	Polo Cheese	Rp. 9.000
83.	Choco Turtle	Rp. 8.000
84.	Choco Rainbow Ice	Rp. 10.000
85.	Durian Ice	Rp. 10.000
86.	Sisir Smokedbeefcheese	Rp. 10.000
87.	Banana Laiker	Rp. 10.000
88.	Sosis Panda	Rp. 10.000
89.	Pandan Cake	Rp. 40.000
90.	Marmer Cake	Rp. 40.000
91.	Tape Cake	Rp. 40.000
92.	Marmer Pandan Cake	Rp. 40.000
93.	Banana Cake	Rp. 40.000
94.	Choco Filo	Rp. 5.000
95.	Cheese Filo	Rp. 6.000
96.	Vanilla Filo	Rp. 5.000
97.	Mini Pizza	Rp. 5.000
98.	Strawberry Volcano	Rp. 5.000
99.	Roti Sisir	Rp. 7.000
100.	Peanut Maxi	Rp. 7.000
101.	Garlic Bun	Rp. 7.000

102.	Moca Cream Bun	Rp. 7.000
103.	Srikaya Bun	Rp. 7.000
104.	Blueberry Cheese	Rp. 7.000
105.	Choco Roll	Rp. 7.000
106.	Roti Kelapa	Rp. 7.000
107.	Roti Nanas	Rp. 7.000
108.	Vanilla Cherry Bun	Rp. 7.000

Sumber: Data Internal D’Ninis Bakery (2023)

Dari hasil tabel 1.2 tersebut, seperti diketahui D’Ninis Bakery menyediakan beragam varian roti dan kue dengan kombinasi rasa yang berbeda-beda. Produk yang disediakan oleh D’Ninis bakery cukup beragam yaitu roti, bolu, kue ultah, kue kering, kue basah, dan snack box. Snack box tersebut terdiri dari 2-3 macam kue dan harganya mulai dari Rp 12.000. Dari segi harga yang ditawarkan oleh D’Ninis bakery pun cukup terjangkau mulai dari Rp 7.000. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara peneliti dengan ibu Ika selaku owner D’Ninis bakery, pelanggan gemar melakukan pembelian di D’Ninis bakery karena rotinya lembut dan tidak terlalu manis dikarenakan pelanggan dari bakery ini banyak yang berusia sekitar 40 tahun. Selain itu, pelanggan juga kerap kali membeli produk D’Ninis bakery sebagai oleh-oleh. D’Ninis bakery sejauh ini sudah mencoba melakukan inovasi pada produknya seperti mengikuti yang sedang tren contohnya *korean garlic bread*. Tak hanya itu, D’Ninis bakery mencoba membuat produk baru yang dimana brand lain belum membuat sebelumnya yaitu *ice bread*. Terdapat juga produk yang menjadi *best seller* yaitu roti pisang dan roti kentang. Pelanggan gemar membeli karena isinya besar pada roti pisang tersebut. D’Ninis bakery juga sempat melakukan inovasi pada *packaging* yang digunakannya. Berawal dari mika lalu diubah menjadi *box craft* dan ditempel stiker menggunakan desain khusus. Adanya perubahan ini memberikan pengaruh positif yaitu mengangkat harga jual dan menambah minat pelanggan untuk membeli sebagai bingkisan atau oleh-oleh.

Tabel 1. 3 Daftar Outlet D’Ninis Bakery

Tahun Outlet Berdiri	Alamat
2017	Ruko Fresh Market, Jl. Boulevard Kota Wisata No.6, Ciangsana, Kec. Gn. Putri, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16968
2020	Citra indah Ruko orchid blok BE OA no 03, Singajaya, Kec. Jonggol, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16830
2021	Seberang kantor unit pelayanan pajak, Jl. Raya Mabes TNI delta V, RT.2/RW.2, Cilangkap, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13870
2021	Jl. Kapitan Raya No.36, Sukatani, Kec. Tapos, Kota Depok, Jawa Barat 16457

Sumber: Data Internal D’Ninis Bakery (2023)

Berdasarkan tabel di atas, D’Ninis bakery berusaha memperluas pasarnya dengan membuka beberapa gerai di beberapa daerah. Outlet pertama berdiri tahun 2017 di Kabupaten Bogor. Selanjutnya, tahun 2020 D’Ninis bakery membuka outlet kedua di Jonggol. Pada tahun 2021, D’Ninis bakery menambah gerai di Cilangkap dan Depok. Namun, hingga saat ini semua outlet tutup kecuali outlet yang berada di Kabupaten Bogor tepatnya di Kecamatan Gunung Putri. Menurut wawancara peneliti dengan owner D’Ninis bakery, hal tersebut terjadi karena daya belinya kurang dan terjadi persaingan yang ketat dengan brand yang sudah lebih dulu ada. Sedangkan, untuk outlet D’Ninis bakery yang tersisa yaitu di Kabupaten Bogor sudah bertahan sejauh ini walaupun pendapatan setiap tahunnya semakin

menurun. Maka dari itu, pelaku usaha seharusnya mencari solusi agar usahanya dapat berkembang dan menarik perhatian pelanggan agar tertarik membelinya.

Tabel 1. 4 Pesaing D’Ninis Bakery

No.	Nama Outlet
1.	CT Bread
2.	Tessa Bakery
3.	La Charlotte Bakery
4.	Pastel Istimewa Ma’Cik
5.	Dapur Cokelat
6.	The Harvest
7.	Olin’s Donuts and Bakery
8.	Holland Bakery Kota Wisata
9.	Holland Bakery Villa Nusa Indah
10.	Thuffee Cakes & Gelato
11.	Jessica Bakery
12.	Audrey Bakery & Kitchen
13.	Deean Cake and Bakery
14.	Kuker Hut Bakery
15.	Anatha Cake & Bakery
16.	Michelle Bakery

Sumber: Owner D’Ninis Bakery (2023)

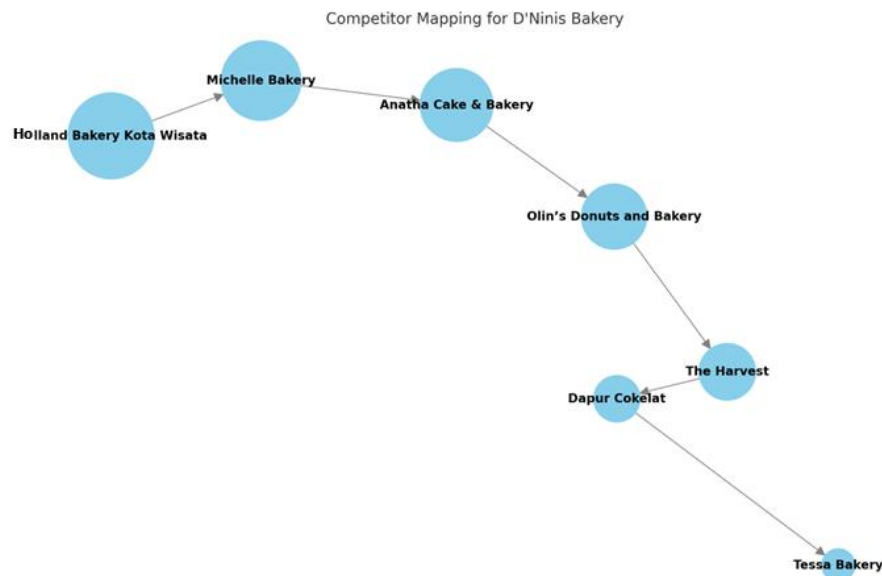
Berdasarkan tabel 1.3 di atas, diketahui D'Ninis bakery dihadapi oleh persaingan usaha yang sejenis dalam radius 5 KM dari outlet D'Ninis bakery. Berdasarkan informasi yang didapat melalui wawancara dengan Ibu Ika Marthapurie, pada tahun 2017 di saat outlet D'Ninis bakery buka untuk pertama kalinya, terdapat beberapa kompetitor diantaranya CT Bread, Tessa Bakery, La Charlotte Bakery, Pastel Istimewa Ma'Cik, Dapur Cokelat, dan The Harvest. Lalu seiring berjalannya waktu, pada tahun 2019-2023 mulai terdapat beberapa pendatang baru diantaranya Olin's Donuts and Bakery, Holland Bakery Kota Wisata, Holland Bakery Villa Nusa Indah, Thuffee Cakes & Gelato, Jessica Bakery, Audrey Bakery & Kitchen, Deean Cake and Bakery, Kuker Hut Bakery, Anatha Cake & Bakery, dan Michelle Bakery. Terbukti bahwa terdapat banyak persaingan di antara bisnis serupa dan banyak ruang bagi pesaing baru untuk memasuki pasar. Dengan demikian, D'Ninis bakery harus mencari solusi agar mampu bersaing dengan usaha sejenis. Solusi ini kemudian dapat meningkatkan daya saing D'ninis untuk dapat berkembang dan bertahan di industri ini. Menurut Lisnia & Pasaribu (2023) Daya saing ialah kemampuan suatu industri atau perusahaan untuk mengungguli bisnis serupa guna memaksimalkan pendapatan melalui penggunaan sumber daya yang sudah ada.

Para pemain utama di pasar toko roti Kabupaten Bogor disorot dalam pemetaan pesaing D'Ninis Bakery, beserta peringkat dan tingkat dampaknya masing-masing yang telah di urutkan berdasarkan perspektif owner D'Ninis. Posisi pertama dipimpin oleh Holland Bakery Kota Wisata, yang dianggap sebagai pesaing terkuat. Basis klien mereka yang besar dan pengenalan merek yang kuat menjadi bukti lebih lanjut dari supremasi pasar mereka. Michelle Bakery, yang telah mempunyai pangsa pasar yang cukup besar dan menarik basis pelanggan setia dengan penawaran kreatif dan produk berkualitas tinggi, mengikuti pada posisi kedua.

Posisi ketiga ditempati oleh Anatha Cake & Bakery, yang terkenal dengan makanan panggang yang dipersonalisasi dan kue spesialnya yang menarik bagi banyak pelanggan. Olin's Donuts & pastry kemudian menempati posisi keempat, hal ini dikarenakan toko ini dapat menarik perhatian orang dengan variasi donatnya

yang khas dan produk pastry yang menarik. Selanjutnya, berada di posisi kelima yakni The Harvest yang melayani pangsa pasar kelas atas dengan menawarkan pengalaman berbelanja yang mewah bersama dengan produk roti mewah.

Dapur Cokelat yang menempati posisi keenam memiliki kehadiran pasar yang kuat dengan memanfaatkan pengalamannya dalam memproduksi barang-barang berbahan dasar coklat. Selain itu Tessa Bakery, yang terkenal dengan makanan panggang klasiknya yang sesuai dengan selera lokal, melengkapi posisi ke tujuh besar pesaing d'ninis bakery. Berikut merupakan mapping pesaing d'ninis bakery dari yang terbesar hingga terendah dengan menggambarkan pemetaan hanya pada 7 pesaing terbesar:



Gambar 1.9 Mapping 7 Besar Pesaing D'ninis Bakery

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

Peta ini menggambarkan lingkungan kompetitif di mana D'Ninis Bakery beroperasi, menyoroti perlunya inovasi berkelanjutan dan pembedaan strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Memperoleh pengetahuan dari kemampuan dan positioning masing-masing pesaing membantu D'Ninis Bakery menciptakan kampanye pemasaran yang lebih menarik, meningkatkan interaksi konsumen, dan menentukan area untuk ekspansi dan pengembangan di masa depan.



Gambar 1.10 Volume Penjualan D'Ninis Bakery

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan data internal D'Ninis bakery yang kemudian diolah oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa pendapatan D'Ninis bakery mengalami hal positif berupa peningkatan dari 2017 hingga 2019. Lalu, pada tahun 2020 menurun tetapi tidak terlalu jauh dari tahun sebelumnya yaitu 2019. Pada tahun 2020, pendapatan D'Ninis bakery masih tergolong tinggi dikarenakan awal pandemi terdapat PSBB sehingga masyarakat tidak keluar rumah maka dari itu banyak yang melakukan pembelian melalui delivery order saat pandemi berlangsung di tahun tersebut. Pada tahun selanjutnya yaitu 2021 sampai dengan 2022, pendapatan D'Ninis bakery semakin menurun pasca Covid-19. Berdasarkan wawancara peneliti dengan owner D'Ninis bakery, hingga saat ini pun pendapatan semakin menurun dan belum menunjukkan adanya tanda kenaikan. Menurut ibu Ika selaku owner D'Ninis bakery, hal yang memicu penurunan pendapatan sampai saat ini adalah kalah unggul dalam persaingan yang membuat pendapatan usaha menurun pasca pandemi Covid-19. Pernyataan ini didukung dengan beberapa hal yang pertama adalah di masa pandemi, cobaan datang bagi masyarakat Kecamatan Gunung Putri karena banyak terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Lalu, banyak masyarakat yang membuka usaha karena sudah tidak memiliki pekerjaan. Namun, hal ini justru mengakibatkan peningkatan persaingan dagang dan

mengakibatkan pembeli semakin sepi. Sebagian UMKM di Kecamatan Gunung Putri mengaku mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Oleh karena itu, pelaku usaha seharusnya mencari celah peluang keuntungan salah satunya dengan berinovasi yang menjadikan usahanya berbeda dari yang lain atau dengan strategi kreativitas penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha. (jurnalpost.com, 2023). Hal kedua yaitu adanya persaingan ketat dengan usaha sejenis baik brand besar maupun brand yang sedang merintis terlebih lagi belakangan ini mulai semakin bermunculan pesaing bisnis baru yang menjual produk sejenis dalam radius 5 km dari D'Ninis bakery.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan owner D'Ninis bakery, terdapat beberapa hal yang memperkuat permasalahan terjadinya kalah unggul dalam persaingan antara D'Ninis bakery dengan usaha sejenis diantaranya yaitu dikarenakan pelanggan masih ingin mencoba brand lain walaupun kualitas produk yang dijual tidak beda jauh dengan D'Ninis bakery. Hal lainnya yaitu dikarenakan D'Ninis bakery kurang maksimal dalam melakukan inovasi mengenai eksplor resep atau *trial* untuk mengkreasikan inovasi produk baru atau melakukan pengembangan terhadap berbagai produk yang sebelumnya telah ada sehingga pelanggan dikuasai oleh pesaing bisnis terutama pesaing bisnis yang baru bermunculan.

Diketahui terdapat banyak bisnis yang akhirnya mengalami kebangkrutan dikarenakan produknya yang tidak laku dan biasanya hal tersebut terjadi karena kualitas produk yang tidak terjaga atau justru kurang. (rajakomen.com, 2023). Kualitas produk menurut Kotler & Armstrong (2015:224) dalam Fauziah et al., (2022) ialah sarana dimana suatu produk mempunyai nilai guna menyenangkan pelanggan pada tingkat fisik dan psikologis. Definisi ini berkaitan dengan kualitas atau fitur dalam suatu objek atau hasil. Kualitas produk perlu dijaga dengan baik, menurut Nurainun & Lubis (2019), karena produk dengan kualitas yang lebih tinggi dapat menarik minat konsumen untuk memilikinya, yang dapat menjadi taktik yang digunakan oleh dunia usaha untuk mempertahankan keuntungan ekonomi.

Selain kualitas produk, inovasi produk ialah merupakan salah satu faktor yang tidak kalah penting untuk dapat meningkatkan daya saing suatu industri. Pada umumnya konsumen menginginkan barang yang baru dan sesuai dengan

kebutuhannya. (Nurussakinah et al., 2018). Inovasi produk dan keunggulan kompetitif saling berkaitan. Artinya, perusahaan yang terus berinovasi, memperhatikan tren yang sedang berkembang, dan dapat mengembangkan atau berinovasi pada produk yang belum ada akan mendapat keuntungan karena bisa masuk ke pasar terlebih dahulu. (Paulus & Wardhani, 2018). Menurut pengertian Rofiaty (2012:52) dalam Paulus & Wardhani (2018), Inovasi produk dapat mengacu pada pengembangan produk atau layanan yang belum pernah terdengar sebelumnya, atau dapat didefinisikan sebagai modifikasi fitur atau fungsi produk atau layanan yang sudah ada. Diketahui kelemahan usaha roti dapat terjadi jika tidak terdapat inovasi yang berkembang. Hal ini dikarenakan terdapat perasaan cepat puas dan jarang melakukan pembaharuan usaha atau kerap disebut dengan inovasi. Padahal, inovasi merupakan salah satu strategi agar dapat mempertahankan usaha roti dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. (finance.detik.com, 2022).

Menurut penelitian Ramadani et al. (2021), mulai banyak bermunculan produk olahan roti dan kue, hal ini mendorong para pelaku usaha untuk mampu menghasilkan keunggulan kompetitif yang sebesar-besarnya agar dapat menguasai pasar. Mungkin ada peluang bagi pelanggan untuk beralih ke toko lain sebagai akibat dari persaingan yang ketat ini. Gagal melakukan inovasi dan meningkatkan kualitas dari produk atau layanan sebagai sebuah respon terhadap perubahan pasar dapat mengakibatkan penurunan daya tarik suatu usaha. (delegasi.co, 2023). Dengan demikian, keunggulan kompetitif sangat penting untuk mengantisipasi kejadian-kejadian yang berujung pada kegagalan persaingan usaha yang pada akhirnya dapat berujung pada kebangkrutan suatu perusahaan. Selain itu, sebuah bisnis dapat menggunakan metode ini untuk mendominasi pasar baru dan pasar lama dengan mengidentifikasi keunggulan kompetitifnya. (Fajrina & Yamit, 2022:133). Kemampuan untuk memberikan nilai yang diberikan oleh suatu unit usaha kepada pelanggannya yang kemudian mampu meraup keuntungan yang lebih besar jika diamati perbandingannya dengan keuntungan yang diperoleh pesaingnya didefinisikan sebagai keunggulan bersaing menurut Dirgantoro (2001) dalam Dahmiri et al., (2021). Kualitas produk dan inovasi produk sama-sama berpengaruh

baik dan besar terhadap keunggulan bersaing, menurut penelitian Oktaviasari & Sari (2021).

Oleh karena itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memungkinkan D'Ninis Bakery untuk fokus pada kualitas produknya dan meningkatkan inovasi produk untuk memberikan keunggulan kompetitif agar dapat bertahan dan menang atas perusahaan pesaing. Hal ini juga diharapkan dapat mendorong peningkatan penjualan.

Latar belakang yang telah disusun menunjukkan bahwa peneliti memiliki suatu ketertarikan untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada D’Ninis Bakery di Kabupaten Bogor).”**

1.3 Rumusan Masalah

Mengingat konteks yang dijelaskan sebelumnya pada latar belakang diatas, tujuan penelitian ini dikemukakan guna memastikan dampak kualitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Isu-isu berikut ini ialah isu-isu yang ingin dianalisis oleh peneliti yang kemudian dikemukakan sebagai rumusan masalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada D’Ninis Bakery di Kabupaten Bogor?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada D’Ninis Bakery di Kabupaten Bogor?
3. Apakah kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada D’Ninis Bakery di Kabupaten Bogor?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada D’Ninis Bakery di Kabupaten Bogor.
2. Untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada D’Ninis Bakery di Kabupaten Bogor.

3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada D'Ninis Bakery di Kabupaten Bogor.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis dan manfaat praktis yang hendak dicapai pada penelitian yang diangkat yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoretisnya ialah untuk memberikan landasan bagi para peneliti di masa depan untuk mengatasi masalah kualitas produk, inovasi produk, dan keunggulan bersaing. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pemahaman kita mengenai manajemen.

1.5.2 Manfaat Praktis

Perusahaan akan mendapatkan rekomendasi strategi bisnisnya serta ide referensi alternatif yang dapat digunakan manajemen untuk mempelajari lebih lanjut dampak kualitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada D'Ninis Bakery di Kabupaten Bogor. Inilah manfaat praktis yang akan diwujudkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dan penjelasan ringkas laporan pada setiap bab dijabarkan sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Memberikan penjelasan menyeluruh mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan pendekatan metodologi penulisan skripsi semuanya dimuat pada bab pertama.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi temuan-temuan penelitian dari penelitian-penelitian sebelumnya serta teori-teori yang memiliki kaitan dengan rumusan masalah yang diteliti. Lebih lanjut, kerangka penelitian, hipotesis, dan model analisis yang digunakan dalam penelitian semuanya disertakan dalam bab ini.

c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan menyeluruh setiap langkah proses penelitian, termasuk proses pengembangan model penelitian, perumusan hipotesis, dan perumusan masalah. Selain itu, bab ini mencakup perencanaan dan pengelolaan data, pengembangan kuesioner, alat pengujian, identifikasi dan operasionalisasi variabel penelitian, serta pengembangan rencana pengolahan dan analisis data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini memuat topik-topik yang dijelaskan secara sistematis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta hal-hal yang ditemukan selama proses penelitian. Bab ini disusun menjadi dua bagian: presentasi temuan penelitian dan diskusi atau analisis temuan. Dalam semua aspek percakapan, dimulai dengan temuan analisis dan interpretasi data, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Semua landasan teori yang relevan atau penelitian sebelumnya harus dibandingkan dalam bab ini.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Tanggapan terhadap pertanyaan penelitian dari bab I dimasukkan dalam kesimpulan. Rekomendasi yang diberikan berkaitan dengan manfaat penelitian, yang juga dibahas dalam Bab I.