

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan bisnis di lingkungan saat ini menjadi semakin pesat dan masyarakat semakin selektif dalam memilih makanan. Perusahaan mencoba memanfaatkan peluang dengan berusaha menata strategi pemasaran yang tepat untuk menguasai pangsa pasar. Perubahan cara pandang konsumen juga dapat berinovasi agar mampu bersaing dan tetap mempertahankan bisnisnya.

Pemasaran memiliki tujuan untuk mempengaruhi calon pembeli supaya bersedia membeli produknya. Dalam mencapai tujuannya, perusahaan berupaya memberikan apa yang dibutuhkan konsumen, untuk mengetahui selera dan cara pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dilain pihak kebutuhan dan selera konsumen selalu berubah tiap waktu menuntut perusahaan lebih paham terhadap adanya peluang serta menyesuaikan produk dengan mengikuti perkembangannya.

Konsumen agar tertarik untuk membeli sebuah produk, diperlukan metode khusus bagi produsen dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian menurut Assauri (2010:141) merupakan suatu tindakan/perilaku konsumen untuk memutuskan pemilihan tentang apa yang dibeli serta memenuhi kebutuhan dengan melakukan pembelian dan setiap keputusan bergantung pada situasi dan kondisi konsumen tersebut. Penelitian terdahulu terkait dengan keputusan pembelian dilakukan oleh Pandensolang dan N.Tawas (2015) dengan judul Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap

Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada PT. Bangun Wenag *Beverges Company* Di Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan diferensiasi produk, kualitas produk, dan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dan secara parsial diferensiasi produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan dan ekuitas merek memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Salah satu hal yang menjadi tolak ukur dalam melakukan keputusan pembelian adalah diferensiasi produk.

Diferensiasi produk menurut Kotler dan Keller (2009:9) menyatakan Diferensiasi Produk (*Differentiation*) adalah suatu misi perusahaan untuk menyusun serangkaian perbedaan produk dengan produk pesaing dan diferensiasi produk dapat dibedakan menjadi bentuk, fitur, mutu, kes, daya tahan, kesesuaian, keandalan dan mudah diperbaiki. Susanto (2019) dengan judul Strategi Diferensiasi dan Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel diferensiasi yang berdampak positif tapi kurang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dilihat dari kondisi toko tersebut, terdapat banyak sekali macam-macam produk keripik. Seperti keripik pisang, talas, sukun dan nangka. Salah satu yang terlihat menonjol dari toko tersebut yaitu produk keripik pisang dengan berbagai jenis buah pisang yang berbeda serta bentuk dan ukurannya tergantung sesuai jenis buah pisangnya. Misalnya, jenis buah barlin memiliki ukuran yang sangat mini di banding dengan buah pisang agung walaupun keduanya sudah diolah menjadi keripik pisang yang siap dipasarkan.

Konsumen ketika akan membeli sebuah produk selain mempertimbangkan dari segi diferensiasi produk, juga mempertimbangkan dari sisi diversifikasi. Misalnya, konsumen ketika tertarik akan membeli sebuah produk keripik pisang dengan varian rasa yang berbeda. Maka, konsumen akan lebih tertarik produk yang memiliki banyak macamnya. Pada toko tersebut menyediakan dua rasa yang berbeda yakni, rasa manis dan asin. Setiap keripik pisang ini memiliki perbedaan rasa pada jenis pisang yang diolahnya. Untuk itu perusahaan perlu menerapkan strategi diversifikasi produk untuk mempengaruhi minat daya beli konsumen.

Diversifikasi produk menurut Fitriani (2011) menjelaskan sebagai upaya mengelola dan mengembangkan produk pasar baru dengan tujuan untuk mengejar pertumbuhan, dan meningkatkan penjualan perusahaan. Bactiar dan Aji (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada UKM Gula Kelapa. Hasil pengolahan data diversifikasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan t hitung. Sedangkan hasil pengujian sama-sama produk dan harga diversifikasi mempengaruhi keputusan pembelian dibuktikan dengan hasil koefisien determinasi.

Implementasi strategi diferensiasi dan diversifikasi produk di terapkan tempat usaha Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang. Lumajang adalah kota yang banyak memproduksi aneka macam keripik. Dimana kota Lumajang sendiri dikenal dengan kota Pisang dan Pisang merupakan buah yang akan sering anda temui ketika sedang berkunjung di kota tersebut. Tidak lengkap rasanya jika anda berkunjung tanpa

membawa oleh-oleh khas dari kota Lumajang. Keripik merupakan camilan khas wajib yang harus anda bawa pulang pada saat berkunjung di Lumajang. Salah satunya keripik pisang merupakan makanan yang sering di buru para pembeli ketika sedang berkunjung di Kota Lumajang.

Berdasarkan *survey* pendahuluan tentang produk camilan yang dikonsumsi masyarakat khususnya di Lumajang, berikut data penjualan pada bulan november, desember dan januari.

Tabel 1.1 Data Penjualan selama 3 bulan.

Nama Produk	Data Penjualan		
	November	Desember	Januari
Aneka Keripik Pisang	Rp. 441.025	Rp. 415.647	Rp. 446.543

Sumber: Data Penjualan Aneka Keripik Pisang di Toko D3 Lumajang

Tabel 1.1 data penjualan dapat menunjukkan bahwa keripik pisang tersebut lebih banyak peminatnya khususnya masyarakat Lumajang. Bahkan, dalam waktu sebulan penghasilan mereka bisa mencapai ± Rp. 400.000. Sebagian besar pembeli yang menjadi pelanggan di toko tersebut adalah pedagang pasar, mereka membeli tidak dengan jumlah sedikit melainkan memborong keripik dan dijual kembali dipasar-pasar.

Keripik merupakan makanan ringan yang sangat digemari masyarakat untuk camilan sehari-hari. Namun, dari data penjualan menunjukkan pada bulan Desember tersebut penghasilan mereka menurun. Karena, terdapat beberapa kendala salah satunya yaitu musim hujan yang menyebabkan produsen merasa kesulitan untuk mencari pisang yang masih terlihat segar dan layak untuk diolah menjadi keripik. Kemudian, pada bulan berikutnya penjualan mereka meningkat

drastis dengan jumlah yang sangat tidak terduga hampir mencapai Rp. 500. 000 di awal tahun. Dalam tiga bulan ini data penjualan pada toko Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang menunjukkan tidak stabil.

Disisi lain banyak pesaing yang berusaha memunculkan produk camilan dengan variasi baru agar dapat merebut pangsa pasarnya. Akan tetapi, usaha produk ini memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan bagi pesaing yang menjual produk sejenis. Pada Toko Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang ini menyediakan bermacam-macam camilan dan keripik seperti, keripik pisang, sukun, talas, nangka dll. Yang membuat produk ini berbeda dengan yang lain adalah usaha dagang tersebut memiliki bentuk keripik yang terlihat berbeda, kualitas rasa dan keragaman jenis produk yang di pasarkan sangatlah bermacam-macam.

Pada toko Aneka Keripik & Camilan D3 ini memiliki kelemahan yang menarik untuk dijadikan obyek penelitian. Salah satunya tempat lokasi pemasaran produk yang jarang diketahui oleh masyarakat Lumajang. Lokasi Aneka Keripik & Camilan berada di tengah-tengah kota. Namun, masyarakat terkadang kesulitan menemukan lokasi toko tersebut. Dikarenakan pemilik toko usaha ini kurang kreatif dalam melakukan strategi pemasarannya. Hal paling menarik adalah bagaimana cara pemilik usaha tersebut bersaing dalam menunjukkan kualitas produk dengan cara mengembangkan produk-produknya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik mengambil judul **Pengaruh Diferensiasi dan Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang.**

1.2 Batasan Penelitian

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah untuk mengurangi adanya kalimat yang diulang-ulang agar penelitian dapat lebih fokus dan tepat sasaran. Adapun batasan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian ini penelitian di bidang manajemen pemasaran produk yang khususnya membahas tentang pengaruh diferensiasi dan diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian
- b. Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah melakukan pembelian produk keripik pisang pada toko aneka keripik & camilan D3 Lumajang.
- c. Produk yang diteliti adalah keripik pisang, karena produk keripik pisang lebih laku di pasaran dibandingkan dengan keripik lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka permasalahan utamanya yaitu:

- a. Apakah terdapat pengaruh diferensiasi dan diversifikasi produk secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian keripik pisang pada Toko Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang?
- b. Apakah terdapat pengaruh diferensiasi dan diversifikasi produk mempunyai pengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian keripik pisang pada Toko Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian terdahulu, batasan masalah serta rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

- a. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi dan diversifikasi produk secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian keripik pisang pada Toko Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi dan diversifikasi produk secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian keripik pisang pada Toko Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang

1.5 Manfaat Penelitian

Suatu penelitian akan mempunyai nilai apabila penelitian yang dilakukan tersebut memberi manfaat berbagai pihak. Berbagai manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- 1) Kegiatan penelitian diferensiasi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, referensi bagi konsumen untuk lebih teliti dalam memilih suatu produk yang diinginkan.
- 2) Kegiatan penelitian diversifikasi produk ini terkait sejauh mana peran perusahaan dalam memasarkan produknya dalam rangka mengejar pertumbuhan dan meningkatkan penjualan/profitabilitas perusahaan.

- b. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1) Bagi pengusaha Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang

Memberikan masukan bagi pemilik toko supaya lebih mengembangkan pengalamannya untuk melakukan evaluasi agar lebih baik lagi dalam meningkatkan volume penjualan Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang.

2) Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran tentang diferensiasi dan diversifikasi produk dan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (Program Strata 1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang).

3) Bagi Konsumen

Sebagai informasi dan pengetahuan bagi konsumen terkait dengan diferensiasi dan diversifikasi produk dalam memilih produk di aneka keripik & camilan D3 Lumajang.

