

**DIFERENSIASI PRODUK DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN INDUSTRI PADA PERUSAHAAN
ROTI NETRAL DI KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI



Oleh :

MOH. KHOLID
NIM : 083 144 125

IAIN JEMBER

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PRODI EKONOMI SYARI'AH
OKTOBER 2018**

**DIFERENSIASI PRODUK DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN INDUSTRI PADA PERUSAHAAN
ROTI NETRAL DI KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah



Oleh :

MOH. KHOLID
NIM : 083 144 125

IAIN JEMBER

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PRODI EKONOMI SYARI'AH
OKTOBER 2018**

**DIFERENSIASI PRODUK DALAM MENGAHADAPI
PERSAINGAN INDUSTRI PADA PERUSAHAAN
ROTI NETRAL DI KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syari'ah

Oleh :

MOH. KHOLID
NIM : 083 144 125

Disetujui Pembimbing



Dr. Abdul Rokhim, S. Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

MOTTO

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ
إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya : “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”.*

IAIN JEMBER

* Departemen RI. 2004. Al Quran dan Terjemah, Jakarta: CV Penerbit J-ART.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Setiap karya adalah jiwa bagi penulisnya. Untuk itu, dengan segenap perasaan tulus dan penuh keikhlasan serta rasa syukur izinkan saya mempersembahkan

secuil karya ini kepada:

Bapak saya Kafrawi, terimakasih atas segala cinta, do'a, dan perjuangan dalam memberikan dukungan materil sehingga saya bisa menggapai segala cita-cita.

Ibu saya Hidayatul Islamiyah, terimakasih atas segala kasih sayang dan do'a tulus yang tak pernah henti umi panjatkan. Terimakasih telah mengajarkan saya untuk selalu bertahan sesulit apapun menggapai impian. Ucapan terimakasih tak akan pernah cukup untuk membalas segala jasa. Dengan adanya karya ini, izinkan anakmu berusaha untuk menjadi anak terbaik dan ingin melihat Bapak dan Ibu tersenyum bangga.

Bapak...Ibu engkau adalah harta yang berharga yang saya punya dan yang saya sayangi dalam hidup saya, melalui pelantara tinta hitam ini saya ingin Abah dan umi tahu dalam usaha dan sifat saya dalam menggapai cita-cita, dan saat ini ada satu kata yang ingin selalu saya sampaikan "Beribu-ribu terimakasih Abah Umi tercinta"

Teruntuk Adikku, Ma'rifatul Hasanah, terimakasih atas segala pengertian dan perhatian selama penulisan karya ini.

Dan terakhir terima kasih teruntukmu seseorang yang selalu memberi semangat, motivasi serta dukungan dalam menyelesaikan karya ini. Tanpa dukungan dari keluarga, segala mimpi dan cita-cita tak akan pernah bermakna.

ABSTRAK

Moh. Kholid , 2018. *Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Jember. Pembimbing Dr. Abdur Rokhim, S. Ag, M.E.I.*

Diferensiasi adalah proses memberikan dan menambahkan serangkaian perbedaan yang dinilai penting, untuk membedakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan itu dari pesaing, meskipun terkadang dilakukan berdasarkan atribut-atribut yang tidak relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Bagaimana pola diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso 2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah; Wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah yaitu, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso telah dijalankan dengan optimal. Hal ini dapat dilihat diantaranya pada 1) Pola diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral dilakukan dengan cara variasi bentuk, fitur produk, mutu kerja karyawan, mutu kesesuaian produk, daya tahan produk, keandalan produk, mudah diperbaiki dan gaya perusahaan dalam mengembangkan produk.2) Faktor pendukung dan penghambat diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral dapat dilihat dari faktor pendukung perusahaan dalam mengembangkan produknya tidak menggunakan bahan pengawet, sedangkan faktor penghambat perusahaan dari faktor eksternal yang disebabkan dengan adanya pesaing baru dan faktor internal perusahaan disebabkan oleh barang produksi yang rusak.

Kata kunci : Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya kepada kita, sehingga dapat menjalankan aktifitas ibadah, khususnya dalam menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik dan lancar.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai tokoh revolusioner yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni ad-dinul islam.

Penulisan skripsi ini merupakan proses akhir selama peneliti mengemban ilmu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang tidak lepas dari bantuan beberapa pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, ungkapan terimakasih ini peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto SE. MM, selaku Rektor IAIN Jember yang telah mengorganisir kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
2. Dr. Moch. Chotib, S.Ag, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah banyak memberikan fasilitas untuk belajar.
3. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M.S.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah banyak memberikan fasilitas untuk belajar.

4. Nikmatul Masruroh, M.E.I, selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah banyak memberikan fasilitas untuk belajar.
5. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I, selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi ini dari awal sampai akhir, yang merelakan sebagian waktunya untuk membimbing peneliti dengan segenap perasaan ikhlas.
6. Seluruh dosen IAIN Jember yang telah membimbing peneliti selama proses kuliah selama peneliti menempuh pendidikan di ES, yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas segala ilmu yang diajarkan dengan jiwa yang ikhlas dan penuh kesabaran.
7. Ibu Suyani selaku pemilik perusahaan Roti Netral Bondowoso yang bersedia memberikan tempat bagi peneliti untuk melakukan penelitian di perusahaan Roti Netral Bondowoso. Serta seluruh karyawan perusahaan Roti Netral Bondowoso yang telah memberikan arahan terhadap peneliti, membimbing serta menciptakan suasana kekeluargaan selama proses penelitian.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada peneliti baik dalam bentuk do'a atau semangat dalam proses penulisan skripsi ini. Terimakasih banyak, semoga kita dapat meraih segala cita. Sampai bertemu di kisah sukses kita di kemudian hari!

Tidak ada kata yang dapat penulis ungkapkan untuk menyampaikan rasa terima kasih, melainkan do'a semoga amal baiknya diterima oleh Allah SWT dan

dicatat sebagai amal shaleh. Akhirnya kepada Allah SWT, penulis kembalikan dengan selalu memohon hidayah, taufiq serta ampunan-Nya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Jember, 25 Oktober 2018

Penulis



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| PENGESAHAN TIM PENGUJI | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Fokus Penelitian | 8 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 9 |
| E. Definisi Istilah | 11 |
| F. Sistematika Pembahasan | 13 |
| BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN | 16 |
| A. Penelitian Terdahulu | 16 |
| B. Kajian Teori | 26 |
| 1. Diferensiasi Produk..... | 27 |
| 2. Menghadapi Pesaing..... | 30 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 33 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 33 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 34 |
| C. Subyek Penelitian | 34 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 36 |
| E. Analisis Data..... | 41 |
| F. Keabsahan Data | 44 |
| G. Tahap-tahap Penelitian | 44 |
| BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS | 46 |
| A. Gambaran Obyek Penelitian | 46 |
| 1. Sejarah Singkat Perusahaan Roti Netral Bondowoso | 46 |
| 2. Profil Perusahaan Roti Netral Bondowoso | 48 |
| 3. Visi dan Misi Perusahaan Roti Netral Bondowoso | 48 |
| 4. Keadaan Sarana dan Prasarana Perusahaan Roti Netral Bondowoso | 49 |
| 5. Jumlah Pegawai di Perusahaan Roti Netral Bondowoso . | 49 |
| 6. Struktur Perusahaan Roti Netral Bondowoso | 50 |
| B. Penyajian Data dan Analisis | 50 |
| 1. Pola Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso | 51 |
| 2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan | |

| | |
|--|-----------|
| Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso | 63 |
| C. Pembahasan Temuan | 66 |
| 1. Pola Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso | 66 |
| 2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso | 72 |
| BAB V PENUTUP | 74 |
| A. Kesimpulan | 74 |
| B. Saran-saran..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 76 |
| LAMPIRAN- LAMPIRAN | |
| 1. Surat Pernyataan Keaslian | |
| 2. Matrik Penelitian | |
| 3. Surat Izin Penelitian | |
| 4. Surat Keterangan Penelitian | |
| 5. Jurnal Penelitian | |
| 6. Transkrip Wawancara | |
| 7. Dokumentasi Foto Kegiatan Perusahaan Roti Netral Bondowoso | |
| 8. Biodata Penulis | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Tabel Orisinilitas | 22 |
| Tabel 4.1 Tabel Sarana Pendukung Operasional | 49 |
| Tabel 4.2 Tabel Jumlah Pegawai | 49 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam lingkungan yang terus berkembang dan cepat berubah, perusahaan tidak cukup mempertahankan sikap menarik pelanggan atau memperluas pasar baru. Tantangan pemasaran yang sedang di hadapi saat ini adalah meningkatkan loyalitas pelanggan untuk tetap menjaga kestabilan penjualan. Pemasaran sendiri harus luas dan tidak sekedar hanya menunggu bola tetapi perusahaan harus menjemput bola guna mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan sangat bervariasi sesuai dengan keunggulan produk yang dipasarkan dan selera konsumen pada suatu daerah. Berdasarkan Undang-undang RI No. 40 Tahun 2009 tentang kepemudaan, menyatakan bahwa:

“Telah mengatur soal pengembangan potensi keterampilan dan kemandirian berusaha, dan pengembangan kewirausahaan pemuda itu dilaksanakan sesuai bakat, minat, potensi pemuda dan potensi daerah atau masyarakat organisasi kepemudaan. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan.”¹

Dewasa ini persaingan antar perusahaan semakin ketat, khususnya persaingan perusahaan yang sejenis, baik dalam hal persaingan produk, harga, ataupun promosi. Hal tersebut harus dilihat secara jeli baik sebagai ancaman sekaligus sebagai peluang oleh perusahaan agar dapat mempertahankan

¹ Undang-undang RI No. 40 Tahun 2009.

kelangsungan hidup perusahaan ataupun memenangkan persaingan dalam bisnis.

Dalam kondisi yang penuh persaingan seperti saat ini, setiap perusahaan harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat ataupun mempertahankan keunggulan bersaing mereka. Salah satu strategi yang diterapkan untuk memperoleh posisi di pasar sekaligus untuk mempertahankannya adalah strategi diferensiasi produk. Menurut Porter hal-hal yang dapat mengindikasikan variabel keunggulan bersaing adalah immitabilitas, durabilitas dan kemudahan menyamai.² Perusahaan akan melakukan diferensiasi dengan sendirinya jika perusahaan tersebut dapat memiliki keunikan dibandingkan para pesaingnya dalam sesuatu yang dinilai penting oleh pembeli.³ Pihak manajemen memiliki banyak pilihan pendekatan (dan teknik) dalam menerapkan strategi diferensiasi antara lain melalui : rasa, desain, citra dan prestis, reputasi, teknologi, pelayanan konsumen, jaringan distribusi, ketersediaan suku cadang, kualitas dan keseragaman jenis barang.⁴

Strategi diferensiasi produk yang diterapkan oleh perusahaan akan mampu untuk menarik perhatian konsumen. Diferensiasi mempunyai hubungan dan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penciptaan produk yang mempunyai keunikan tersendiri dari produk pesaing dan sesuai

² Novie Raharjo. *Analisis Pengaruh Variabel-variabel yang Berkaitan dengan Strategi Diferensiasi terhadap Kinerja Pasar dalam Memenangkan Keunggulan Bersaing*, (Jurnal Sains pemasaran Indonesia, 2002), 6.

³ Michael Porter. *Keunggulan Bersaing*, (Jakarta: Erlangga, 1993), 109.

⁴ Muhammad Suwarsono. *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta: Alfabet, 2002), 259.

dengan keinginan atau selera konsumen maka akan tercipta suatu kepuasan konsumen.⁵

Tingkat diferensiasi menyeluruh sebuah perusahaan merupakan nilai kumulatif keunikan yang diciptakan perusahaan bagi konsumen diseluruh nilai rantainya dalam memenuhi semua kriteria pembeli sehingga tercipta kepuasan konsumen. Diferensiasi tidak hanya menyangkut ciri fisik dari produk dan jasa tetapi juga mencakup segala sesuatu tentang produk atau jasa yang mempengaruhi nilai produk dimata konsumen.⁶ Hasil dari sebuah diferensiasi dapat memberikan nilai dimata konsumen dan nilai yang diharapkan dapat mempengaruhi pilihan dan kepentingan konsumen yang paling diharapkan. Porter mengemukakan bahwa perusahaan mempraktekkan strategi diferensiasi dengan membuat produk yang berbeda atau unik yang dapat menciptakan nilai bagi konsumen.

Persaingan perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi yang semakin ketat memaksa para pelaku bisnis untuk senantiasa melakukan inovasi produk tetapi tetap mengutamakan kualitas produk. Selain memudahkan para konsumen untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing melakukan inovasi dan produk yang berkualitas akan menciptakan kepuasan konsumen. Karena kepuasan konsumen merupakan acuan keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan.

⁵ Michael Porter. *Keunggulan Bersaing...*,120.

⁶ M. Robert Grant. *Analisis Strategi Konmtemporer. Konsep, teknik dan Aplikasi*. (Jakarta: Erlangga, 1997), 220.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Perusahaan yang gagal memuaskan konsumen atas produk yang telah dikonsumsi akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain sehingga dapat memengaruhi tingkat penjualan produk.⁷

Agar kepuasan konsumen dapat terealisasi maka hendaknya sebelum melakukan kegiatan jual beli atau bisnis, terlebih dahulu pelaku dalam kegiatan jual beli tersebut harus mengetahui dengan baik hukum agama yang mengatur perdagangan agar tidak melakukan aktifitas yang haram dan merugikan orang lain. Selain cara yang halal, barang yang dijual belikanpun harus halal. Selain itu, kepuasan konsumen tentunya sangat didukung oleh kegiatan jual-beli yang sesuai dengan etika. Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktifitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan karena saling ridho agar terjadi muamalah yang jujur, amanah dan sesuai tuntutan syariah.

⁷ Fandy Tjiptono. *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2006), 146.

Sebagai firman Allah Ta'ala dalam QS An-Nisa: 29 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. AnNisa: 29)”⁸

Ayat tersebut sangat relevan untuk dipedomani dalam kegiatan marketing karena merupakan bagian terpenting dari mesin perusahaan. Ayat tersebut menganjurkan agar dalam kegiatan jual beli hendaknya dilakukan dengan jalan yang baik. Jalan yang baik tersebut hendaknya menghindari aspek rekayasa dan aspek spekulasi. Aspek rekayasa yaitu agar perusahaan tidak memproduksi produk yang didalamnya terdapat unsur penipuan yang dapat merugikan konsumen dan aspek spekulasi agar produk yang diproduksi tidak meniru produk pesaing. Hendaknya strategi yang dilakukan tidak meniru produk pesaing tetapi melakukan inovasi produk seperti strategi diferensiasi produk agar lebih memiliki perbedaan dengan pesaing dan dapat menarik perhatian konsumen serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Jika kedua aspek tersebut terpenuhi maka akan menciptakan kepuasan konsumen dan persaingan yang kompetitif.

⁸ Yayasan Penyelenggaraan Penterjemahan Al-Qur'an. *AL-HIKAM Al-Qur'an dan Terjemah*. (Bandung: Diponegoro, 2010), 75-76.

Perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka yaitu hendaknya produk yang ditawarkan kepada konsumen adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen serta tidak terdapat unsur pemaksaan. Harga yang sesuai dengan kualitas produk atau atau manfaat yang dapat diterima oleh pembeli dan citra merek yang baik merupakan unsur yang sangat penting karena dapat membuat konsumen Senang atau suka terhadap produk tersebut. Proses jual beli yang didalamnya terdapat unsur pemaksaan dapat menciptakan citra yang buruk bagi penjual atau perusahaan. Jika hal itu terpenuhi dan didukung dengan kemudahan transaksi yang benar maka akan menciptakan perniagaan yang saling ridho atau suka sama suka antara penjual dan pembeli.

Perusahaan akan memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor emosional. Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu. Kinerja produk yang melebihi harapan konsumen, maka akan memberikan kepuasan emosional (*emotional satissatisfaction*).

Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah dengan menggunakan strategi diferensiasi produk agar konsumen dapat memperoleh

kepuasan. Strategi diferensiasi menonjolkan perbedaan yang mencolok mereknya dengan merek pesaing. Diferensiasi produk menurut Kotler dapat berasal dari berbagai faktor, antara lain bentuk, fitur, kualitas kinerja, kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya, dan rancangan.

Apabila strategi diferensiasi diterapkan oleh perusahaan maka akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan karena dengan diferensiasi produk tersebut akan muncul pikiran positif terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku bisnis. Untuk membuat konsumen puas setelah pembelian akan sangat tergantung pada kinerja dalam memenuhi harapan pembeli.

Bagi perusahaan yang usahanya telah berjalan dengan baik dalam kegiatan operasionalnya seperti perusahaan roti “NETRAL” tampak indikasinya bahwa diferensiasi produk adalah salah satu kunci keberhasilannya. Perusahaan Roti Netral tersebut berada di tengah-tengah jantung kota di Kabupaten Bondowoso yang memiliki ciri khas dalam berbagai produknya dan uniknya lagi perusahaan roti Netral di Bondowoso tidak menggunakan bahan pengawet sehingga sangat aman bagi konsumen untuk mengkonsumsinya.⁹

Tetapi dalam melaksanakan penerapan diferensiasi produk tentunya harus dipikirkan secara matang-matang resiko yang akan dihadapi perusahaan. Resiko tersebut dapat menjadi kendala bagi keberhasilan pemasaran produk yang akan berpengaruh terhadap laba. Salah satunya adalah penerapan diferensiasi produk dalam bauran pemasaran yang kurang tepat dan

⁹ Observasi awal, 25 Februari 2018.

kecerobohan pihak manajemen dalam menganalisa serta menerapkan kebijakan akan mengakibatkan konsumen tidak memperoleh kepuasan dan tujuan perusahaan tidak tercapai.

Sehubungan dengan pentingnya penerapan diferensiasi produk bagi keberhasilan perusahaan, maka penulis memilih judul “Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Pesaing Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso”.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian ini disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.¹⁰

Berdasarkan latar belakang penulis memfokuskan kedalam fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pola diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso?

¹⁰ Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 44.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang dirumuskan sebelumnya.¹¹

1. Mendeskripsikan pola diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso?
2. Mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis. Seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis. Dari penjabaran tersebut maka tersusunlah manfaat penelitian sebagai berikut:¹²

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa pemikiran dalam rangka pengembangan pengetahuan dan wawasan serta memperkaya wacana kajian di dunia akademik yang mengajukan analisa dari sudut pandang yang sama yakni mengkaji tentang diferensiasi produk roti netral dalam menghadapi pesaing.

¹¹ Ibid., 45.

¹² Ibid., 45.

Selain itu, dapat menjadi stimulus bagi penelitian selanjutnya. Sehingga proses pengkajian secara mendalam akan terus berlangsung dan memperoleh hasil yang maksimal.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini mempunyai manfaat praktis bagi:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini di harapkan sebagai salah satu bahan untuk menambah pengetahuan tentang penelitian dan penulisan karya ilmiah yang baik sebagai bekal penulisan karya ilmiah selanjutnya. Serta memberi wawasan khusus tentang diferensiasi produk Roti Netral dalam menghadapi pesaing.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan pandangan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam terhadap diferensiasi produk Roti Netral dalam menghadapi pesaing.

c. Bagi IAIN Jember

Penelitian ini di harapkan mampu memberikan kontribusi baru yang positif dan dapat menambah khasanah literatur tentang diferensiasi produk Roti Netral dalam menghadapi pesaing.

d. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian di harapkan memberikan kontribusi dan menambah wawasan bagi masyarakat terutama dalam hal diferensiasi produk Roti Netral dalam menghadapi pesaing.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisikan tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kerancuan maupun kesalah pahaman dalam memahami makna istilah yang ada.¹³

Adapun tujuannya tidak lain adalah memudahkan para pembaca dalam memahami secara komprehensif terhadap maksud kandungan serta alur pembahasan bagi judul karya ilmiah ini, yang terlebih dahulu akan dijabarkan mengenai beberapa istilah pokok yang terdapat dalam judul ini, yaitu sebagai berikut:

1. Diferensiasi Produk

Arti diferensiasi lebih dari penetapan posisi yang mengikat perbedaan-perbedaan rumit yang mewarnai entitas. Menurut Kartajaya diferensiasi adalah semua upaya yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan perbedaan diantara pesaing dengan tujuan memberikan nilai yang terbaik untuk konsumen.¹⁴

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang

¹³ Ibid., 45.

¹⁴ Kartajaya. *Connect, Surviving New Wave Marketing*, (Jakarta: Selemba Empat,2010), 55.

fisik, jasa, pengalaman, acra, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Menurut Kotler yaitu produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹⁵

Jadi yang dimaksud dengan diferensiasi produk adalah tindakan perusahaan yang mempunyai identifikasi merek dan kesetaraan pelanggan yang digunakan untuk membedakan tawaran perusahaan dengan tawaran pesaing.

2. Pesaing

Pesaing merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan antara perusahaan lokal dan perusahaan luar negeri tidak dapat dihindari lagi.

“Menurut Porter, Strategi bersaing adalah pencairan-pencairan akan posisi bersaing yang menguntungkan didalam industri, arena fundamental tempat pesaingan terjadi. Tujuan dari strategi bersaing adalah menegakkan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri”.¹⁶

Jadi yang di maksud dengan diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing adalah tindakan perusahaan yang mempunyai identifikasi merek dan kesetaraan pelanggan dalam menegakkan posisi kekuatan persaingan industri.

¹⁵ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran, Ed. Millenium jilid 1 dan 2, dialih bahasakan oleh Bob Sabran*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), 10.

¹⁶ Michael Porter. *Keunggulan Bersaing*, 1.

F. Sistematika Pembahasan

Secara keseluruhan skripsi ini terdiri dari beberapa bab, dan masing-masing bab disusun dan dirumuskan dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab satu, Pendahuluan, bab ini meliputi latar belakang (berisi tentang hal-hal yang melatarbelakangi peneliti dalam melakukan penelitian tentang diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing, pada bab ini juga peneliti menuangkan dua fokus penelitian yaitu: (a) Bagaimana pola diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso, (b) Apa saja faktor pendukung dan penghambat diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso. Selanjutnya pada bab ini dideskripsikan manfaat dari penelitian ini serta kombinasi yang akan diberikan setelah dilakukannya penelitian baik yang bersifat teoritis maupun praktis. Pada bagian terakhir didefinisikan tentang pengertian istilah-istilah penting yang terkandung dalam tema penelitian ini secara operasional agar dapat difahami makna yang dimaksud oleh judul penelitian tersebut.

Bab dua, Kajian Kepustakaan, dalam bab ini terangkum tentang ringkasan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan sekarang dan berisi tentang kajian teori yang dijadikan perspektif dalam penelitian, yang membahas tentang diferensiasi produk.

Bab tiga, Metode Penelitian, yang dibahas dalam bab ini yaitu meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian,

sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan yang terakhir adalah tahap-tahap penelitian mulai dari awal sampai dengan selesainya proses penelitian.

Bab empat, Paparan temuan dan pembahasan, yang tercakup dalam bab ini antara lain yaitu, gambaran obyek penelitian, penyajian data, serta analisis temuan-temuan penelitian. Pada gambaran obyek penelitian, mendeskripsikan obyek penelitian yang diteliti yaitu mulai dari sejarah pendirian, kegiatan-kegiatan perusahaan dan lain-lain disertai sub-sub bahasan tentang diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso. Berikutnya pada bagian temuan mendeskripsikan uraian data yang diperoleh setelah menggunakan berbagai metode penggalan data kemudian menganalisisnya secara terperinci. Dan yang terakhir adalah pembahasan yang membahas tentang temuan-temuan yang telah dipaparkan dengan tujuan menjawab masalah penelitian serta menjelaskan implikasi-implikasi lain dari hasil penelitian.

Bab lima, Penutup, bab ini merupakan bab yang paling akhir dari keseluruhan pembahasan skripsi ini, yang terbagi menjadi dua meliputi kesimpulan dan saran pada bagian kesimpulan peneliti akan menarik benang merah dari seluruh pembahasan yang terkait langsung dengan fokus dan tujuan penelitian yaitu tentang diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso. Sedangkan pada bagian saran merupakan berupa saran konstruktif sebagai bahan rekomendasi

yang mengacu pada temuan penelitian yang diharapkan memiliki manfaat untuk pengembangan perusahaan penelitian.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bagian ini merupakan kajian teori dari berbagai macam-macam sumber informasi yang berkaitan erat dengan permasalahan penelitian yang hendak dipecahkan. Keberadaan kajian teori/pustaka adalah mutlak diperlukan untuk mengajak peneliti lebih mendalami dan menguasai pengetahuan yang berkaitan erat dengan fokus masalah.¹⁷

Untuk menunjukkan fokus masalah dalam penelitian ini, maka peneliti perlu menelaah tentang beberapa penelitian yang telah ada. Adapun beberapa penelitian yang telah membahas mengenai Diferensiasi Produk yaitu:

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya).¹⁸

Penelitian terdahulu sebagai acuan penelitian agar tidak sama dengan penelitian yang sudah dilakukan dan untuk menentukan posisi peneliti. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai perbandingan:

¹⁷ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), 39.

¹⁸ Tim Penyusun, *Pedoman...*, 45.

1. Imelda Kewa Tupen, 2013, Pengaruh Diferensiasi Produk, Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent Di Surabaya, Skripsi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat surabaya yang menjadi konsumen produk pasta gigi pepsodent penetapan sampel sebanyak 125 responden. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis Regresi linier berganda. Hasil penelitian tersebut yakni menunjukkan diferensiasi produk berppengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, harga berpengaruh positif terhadap konsumen, dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.¹⁹
2. Andi Janna Purwanti, 2014, Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Membeli Produk Fashion Pada Toko Issue di Makassar, Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan pengumpulan datanya menggunakan *Library Studi* (study kepustakaan) dan *Field Rresearch* (penelitian lapangan). Hasil penelitiannya yakni bahwasannya Toko Iassue Makassar merupakan perusahaan garmen dengan omzet penjualan setiap bulannya mengalami peningkatan dengan menggunakan

¹⁹ Imelda Kewa Tupen. “*Pengaruh Diferensiasi Produk, Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent Di Surabaya*”, (Skripsi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya, Surabaya, 2013).

diferensiasi produk yang sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk fashion pada Toko Issue Makassar.²⁰

3. Mohammad Ichsan Andika, 2014, Analisis Diferensiasi Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Restoran Martabak Air Mancur), Skripsi Institut Pertanian Bogor. Hasil Peneliti mengidentifikasi atribut diferensiasi produk yang ditetapkan martabak air mancur, menganalisis hubungan antara atribut-atribut tersebut dengan loyalitas konsumen.²¹
4. Anwar Ashari, 2015, Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda (Studi Kasus Dusun Leces Probolinggo), Skripsi IAIN Jember. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan pengumpulan datanya menggunakan *Library Studi* (study kepustakaan) dan *Field Research* (penelitian lapangan). Hasil penelitiannya yakni dengan analisis deskriptif presentase menunjukkan diferensiasi berbasis fungsi produk, bentuk produk dan berbasis atribut subjektif motor honda termasuk dalam kategori baik.²²
5. Dede Aang Kunafi, 2015, Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Eiger di Surakarta, Skripsi IAIN Surakarta. Variabel independen: 1. Kualitas produk 2. Citra merek

²⁰ Andi Janna Purwanti. “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Membeli Produk Fashion Pada Toko Issue di Makassar”, (Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar, Makassar, 2014).

²¹ Mohammad Ichsan Andika. “Analisis Diferensiasi Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Restoran Martabak Air Mancur)”, (Skripsi Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2014).

²² Anwar Ashari. “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang)”, (Skripsi Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2015).

Variabel dependen: Kepuasan konsumen. Hasil penelitiannya yakni Kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Eiger di Surakarta.²³

6. Nur Elisa, 2015, Analisis Strategi Diferensiasi Pada Produk Perusahaan Kue Bangkit Syempana Di Pekanbaru, Skripsi Uneversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Peneliti terdahulu menggunakan metode deskriptif yaitu menganalisis data yang bersifat menjelaskan atau menguraikan untuk diambil beberapa kesimpulan. Hasil penelitiannya yaitu perusahaan kue bangkit syempana mempunyai market share yang lebih rendah dari market share yang dikuasai oleh perusahaan pesaing yaitu dari tahun 2004-2006, akan tetapi pada tahun 2007-2008 perusahaan mengalami peningkatan dimana perusahaan berhasil menguasai market share.²⁴
7. Reski, 2016, Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Makassar, Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan pengumpulan datanya menggunakan *Library Studi* (study kepustakaan) dan *Field Research* (penelitian lapangan). Hasil penelitiannya yakni diferensiasi produk dan

²³ Dede Aang Kunafi. “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Eiger di Surakarta”, (Skripsi IAIN Surakarta, Surakarta, 2015).

²⁴ Nur Elisa. “Analisis Strategi Diferensiasi Pada Produk Perusahaan Kue Bangkit Syempana Di Pekanbaru”, (Skripsi Uneversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Pekanbaru, 2015).

citra merek yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan produk Smartphone Samsung di Kota Makassar.²⁵

8. Danur Ardhiyanto, 2016, Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Citra Konsumen Pada PT. Batik serlytha Ayu Solo, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan pengumpulan datanya menggunakan *Library Studi* (study kepustakaan) dan *Field Research* (penelitian lapangan). Hasil penelitiannya berpengaruh secara bersama-sama dari variabel diferensiasi produk yang meliputi desain, merek, harga dan kenyamanan terhadap citra konsumen.²⁶
9. Julhan Bahar Nugroho, 2016, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, *Word Of Mouth*, Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi Di Wilayah Tangerang Selatan, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidaytullah Jakarta. Peneliti terdahulu berfokus pada kualitas produk dan citra merek sebagai variabel independent dan proses keputusan pembelian sebagai variabel dependent. Hasil penelitiannya adalah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, diferensiasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan

²⁵ Reski. “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Smartphone Samsung Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Makassar”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Makassar, 2016).

²⁶ Danur Ardhiyanto. “Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Citra Konsumen Pada PT. Batik serlytha Ayu Solo”, (Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2016).

pembelian dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian.²⁷

10. Jessica Setphani Sanida, 2017, Pengaruh Mutu Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Daya Tarik Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang (Study Pada Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang), Skripsi Universitas Diponegoro. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan pengumpulan datanya menggunakan *Library Studi* (study kepustakaan) dan *Field Research* (penelitian lapangan). Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa mutu produk dan diferensiasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap daya tarik produk. Mutu produk juga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Namun, diferensiasi produk dan daya tarik produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.²⁸

²⁷ Julhan Bahar Nugroho. “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Word Of Mouth, Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi Di Wilayah Tangerang Selatan*”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2016).

²⁸ Jessica Setphani Sanida. “*Pengaruh Mutu Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Daya Tarik Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang (Study Pada Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang)*”, (Skripsi Universitas Diponegoro, Diponegoro, 2017).

Tabel 2.1
Tabel mapping penelitian

| No | Nama, Judul dan Tahun Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|--|--|--|
| 1. | Imelda Kewa Tupen, 2013, Pengaruh Diferensiasi Produk, Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya, Skripsi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. | Hasil penelitian tersebut yakni menunjukkan diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, harga berpengaruh positif terhadap konsumen dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. | Sama-sama membahas mengenai <i>Diferensiasi Produk</i> | Perbedaannya terletak pada fokus diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan peneliti yang akan dilakukan tentang diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri. |
| 2. | Andi Janna Purwanti, 2014, Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Membeli Produk Fashion Pada Toko Issue di Makassar, Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar. | Hasil penelitiannya yakni bahwasannya Toko Iassue Makassar merupakan perusahaan garmen dengan omzet penjualan setiap bulannya mengalami peningkatan dengan menggunakan diferensiasi produk yang sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk fashion pada Toko Issue | Sama-sama membahas mengenai <i>Difensiasi Produk</i> | Perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Jika penelitian terdahulu fokus pada diferensiasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembeli, sedangkan peneliti yang akan dilakukan adalah diferensiasi |

| No | Nama, Judul dan Tahun Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|--|--|---|
| | | Makassar. | | prosuks dalam menghadapi persaingan industri. |
| 3. | Mohammad Ihsan Andika, 2014, Analisis Diferensiasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Restoran Martabak Air Mancur), Skripsi Institut Pertanian Bogor. | Hasil penelitian mengidentifikasi atribut diferensiasi produk yang ditetapkan martabak air mancur menganalisis hubungan antara atribut-atribut tersebut dengan loyalitas konsumen. | Sama-sama membahas mengenai <i>Diferensiasi produk</i> | Perbedaannya terletak pada diferensiasi produk terhadap loyalitas konsumen, sedangkan peneliti yang akan dilakukan tentang diferensiasi produk roti netral dalam menghadapi persaingan industri. |
| 4. | Anwar Ashari, 2015, Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda (Studi Kasus Pada Dusun Leces Probolinggo), Skripsi IAIN Jember | Hasil penelitiannya yakni dengan analisis deskriptif presentae menunjukkan diferensiasi berbasis fungsi produk, bentuk produk dan berbasis atribut subjektif motor honda termasuk dalam kategori baik. | Sama-sama membahas mengenai <i>Difensiasi Produk</i> | Perbedaannya terletak pada diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pengguna motor hoda, sedangkan peneliti yang akan dilakukan diferensiasi produk roti netral dalam menghadapi persaingan industri. |
| 5. | Dede Aang Kunafi, 2015, Pengaruh | Hasil Penelitiannya yakni kualitas produk dan citra | Sama-sama berbasis <i>Diferensiasi</i> | Perbedaannya terletak pada kualitas dan |

| No | Nama, Judul dan Tahun Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|---|--|--|
| | Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Eiger di Surakarta, Skripsi IAN Surakarta. | merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Eiger di Surakarta. | <i>Produk</i> | citramerek produk terhadap kepuasan konsumen pengguna produk Eiger, sedangkan peneliti yang akan dilakukan tentang diferensiasi produk roti netral dalam menghadapi persaingan industri. |
| 6. | Nur Elisa, 2015, Analisis Strategi Diferensiasi Pada Produk Perusahaan Kue Bangkit Syempana Di Pekanbaru, Skripsi Uneversitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. | Hasil penelitiannya yaitu perusahaan kue bangkit syempana mempunyai market share yang lebih rendah dari market share yang dikuasai oleh perusahaan pesaing yaitu dari tahun 2004-2006, akan tetapi pada tahun 2007-2008 perusahaan mengalami peningkatan dimana perusahaan berhasil menguasai market share. | Sama-sama membahas mengenai <i>Difensiasi Produk</i> | Perbedaannya terletak pada Analisis Strategi Diferensiasi Pada Produk Perusahaan Kue Bangkit Syempana Di Pekanbaru, sedangkan peneliti yang akan dilakukan tentang diferensiasi produk Roti Netral dalam menghadapi pesaing. |
| 7. | Reski, 2016, Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek | Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara diferensiasi | Sama-sama berbasis <i>Diferensiasi Produk</i> | Perbedaannya terletak pada fokus penelitian terdahulu pada |

| No | Nama, Judul dan Tahun Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---|---|--|--|
| | Smart Phone Samsung terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Makasar, Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar. | produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. | | diferensiasi produk dan citra merek, sedangkan peneliti yang akan dilakukan diferensiasi produk roti netral persaingan industri. |
| 8. | Danur Ardhiyanto, 2016, Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Citra Konsumen Pada PT. Batik Serlytha Ayu Solo, Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. | Hasil penelitiannya berpengaruh secara bersama-sama dari variabel diferensiasi produk yang meliputi design, merek, harga dan kenyamanan terhadap citra konsumen. | Sama-sama membahas mengenai <i>Difensiasi Produk</i> | Perbedaannya terletak pada analisis pengaruh diferensiasi produk terhadap citra konsumen, sedangkan peneliti yang akan dilakukan tentang diferensiasi produk roti netral dalam menghadapi persaingan industri. |
| 9. | Julhan Bahar Nugroho, 2016, Analisis pengaruh Kualitas Produk Diferensiasi Produk <i>WordOf Mouth</i> dan citra Merek Terhadap Proses Keputusan | Hasil penelitiannya adalah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian. | Sama-sama membahas mengenai <i>Difensiasi Produk</i> | Perbedaannya terletak pada pengaruh kualitas produk, diferensiasi produk, <i>Word Of Mouth</i> , dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian, sedangkan |

| No | Nama, Judul dan Tahun Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|-----|--|--|--|--|
| | Pembilan mart Phone Merek Xiami Di Wilyah Tangerang, Skripsi USH Jakarta. | | | peneliti yang akan dilakukan diferensiasi persaingan industri. |
| 10. | Jessica Setphani Sanida, 2017, Pengaruh Mutu Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Daya Tarik Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang (Study Pada Produk Kosmetik Wardah Di Kota Semarang), Skripsi Universitas Diponegoro. | Hasil penelitiannya adalah menunjukkan bahwa mutu produk dan diferensiasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap daya tarik produk. Mutu produk juga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang. Namun, diferensiasi produk dan daya tarik produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang. | Sama-sama membahas mengenai <i>Difensiasi Produk</i> | Perbedaannya terletak pada Diferensiasi Produk Terhadap Daya Tarik Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang, sedangkan peneliti yang akan dilakukan tentang diferensiasi produk dalam persaingan industri. |

B. Kajian Teori

Kajian teori berisikan tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.²⁹

²⁹ Tim penyusun. *Pedoman*, 46.

Kajian teori yang dibahas dalam penelitian ini meliputi:

1. Pengertian Diferensiasi Produk

Diferensiasi adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaingnya.

“Menurut Kotler, Diferensiasi adalah proses memberikan dan menambahkan serangkaian perbedaan yang dinilai penting, untuk membedakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan itu dari pesaing, meskipun terkadang dilakukan berdasarkan atribut-atribut yang tidak relevan”.³⁰

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Jadi yang dimaksud dengan diferensiasi produk adalah Diferensiasi produk menurut Griffin adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen.³¹

Adapun indikator diferensiasi produk menurut Kotler antara lain adalah:

³⁰ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 1997), 9.

³¹ Dejava, Thariz Baharmal dkk. “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal*, (Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijay, 2014), 2.

a. Bentuk (*Form*)

Bentuk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rupa atau wujud yang ditampilkan. Produk dapat dideferensiasikan berdasarkan bentuk atau ukuran, model atau struktur fisik produk.³²

b. Fitur (*fiture*)

Sebagian besar produk dapat ditawarkan dengan fitur yang berbeda-beda yang melengkapi fungsi dasar produk. Sebuah perusahaan dapat mengidentifikasi dan menyeleksi fitur baru yang tepat dengan mensurvei pembeli dan kemudian menghitung nilai pelanggan dibandingkan dengan biaya perusahaan untuk masing-masing fitur potensial.³³

“Menurut Kotler dan Amstrong bahwa *fiature are competitive tool for differentiating the company's product from competitor's product*, yang artinya fitur adalah alat untuk bersaing yang membedakan produk suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Fitur produk identik dengan sifat dan suatu yang unik, khas, dan istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lainnya. Biasanya karakteristik yang melekat dalam suatu produk merupakan hasil pengembangan dan penyempurnaan secara terus menerus”.³⁴

c. Mutu Kerja

Kinerja produk dapat diartikan sebagai level karakteristik dasar produk. Semakin bermutu produk maka semakin tinggi level karakteristiknya. Kinerja produk yang lebih unggul memberikan

³² Daryanto. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap* (Surabaya: Apollo, 1997), 247.

³³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke dua Belas Jilid 2* (Jakarta: PT Indeks, 2007), 11.

³⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan Jilid 1, Dialih Bahasakan Oleh Alexander Sindoro*, (Jakarta: Indeks, 2004), 348.

dampak pembelian ulang yang lebih banyak, kesetiaan pelanggan, dan kesan yang positif dari pelanggan.

d. Mutu Kesesuaian

Pembeli mengharapkan produk yang memiliki mutu kesesuaian dengan standar atau spesifikasi yang tinggi. Mutu kesesuaian adalah tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang dijanjikan.

e. Daya Tahan (*Durability*)

Ukuran usia yang diharapkan atas beroperasinya produk dalam kondisi normal dan berat, merupakan atribut yang berharga untuk produk-produk tertentu. Pembeli mengharapkan beberapa produk mempunyai daya tahan yang normal dan atau berat. Produk yang mempunyai keunggulan pada daya tahan akan lebih menarik perhatian pelanggan untuk membayar lebih pada produk yang diharapkan.

f. Keandalan (*Reability*)

Pembeli umumnya akan membayar lebih untuk mendapatkan produk yang mempunyai keandalan. Keandalan adalah ukuran probabilitas bahwa produk tertentu tidak akan rusak atau gagal dalam periode waktu tertentu.

g. Mudah Diperbaiki (*Repairability*)

Pembeli memilih produk yang mudah diperbaiki, yaitu ukuran kemudahan untuk memperbaiki produk ketika rusak atau gagal. Pelanggan tertarik pada jenis produk yang mudah diperbaiki juga karena alasan efisiensi waktu dan biaya apabila bisa diperbaiki sendiri.

h. Gaya (*Style*)

Menggambarkan penampilan dan perasaan yang ditimbulkan oleh produk bagi pembeli. Gaya memberikan pengaruh pada pelanggan dengan menampilkan keunikan dan performance pada produk untuk menarik minat beli pelanggan.

2. Menghadapi Pesaing

Persaingan merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Perusahahaan dewasa ini menghadapi persaingan yang cukup ketat, hal ini disebabkan adanya globalisasi. Persaingan antara perusahaan lokal dan perusahaan luar negeri tidak dapat dihindari lagi. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi yang kuat dalam memenangkan persaingan tersebut.

a. Mengembangkan Pasar Keseluruhan

Ada tiga cara yang dapat digunakan pesaing untuk memperluas produk di dalam pasar keseluruhan yaitu:

1) Mencari pemakai baru

Perusahaan dapat mencari pemakai baru dari kalangan 3 kelompok lain, yaitu dengan menawarkan produk kepada mereka yang tidak memakai tetapi potensial, kepada mereka yang belum memakainya, dan kepada mereka yang belum mengenalnya.

2) Mencari kegunaan baru

Memantau bagaimana konsumen menggunakan produk merupakan keharusan bagi perusahaan, karena lebih banyak

gagasan yang dapat timbul dari konsumen dari pada penelitian perusahaan.

b. Melindungi Pangsa Pasar

Perusahaan yang dominan tetap harus melindungi usahanya secara terus menerus dari serangan lawan-lawannya, seperti halnya dalam peperangan, ia harus menjaga wilayah kekuasaannya dalam hal ini pangsa pasar yang dikuasai dari para pesaingnya. Strategi yang bisa digunakan dalam melindungi pangsa pasar yaitu:

1) Pertahanan posisi (*Position Defense*)

Bentuk pertahanan yang paling mendasar adalah dengan membangun benteng yang kokoh dan sulit direbut di sekitar daerah kekuasaan.

2) Pertahanan serangan balik (*Counteroffensive Defense*)

Strategi untuk menghadapi serangan secara frontal atau manuver untuk menyerang lambung lawan, atau melancarkan gerakan menjepit untuk memutuskan serangan dari pangkalan operasinya.

c. Memperluas Pangsa Pasar

Meningkatnya pangsa pasar dipertimbangkan perusahaan sebelum mengupayakan kenaikan pangsa pasar yaitu:

1) Keunggulan operasional (*Operational excellence*)

Keunggulan operasional adalah untuk menjadi pemimpin industri dalam aspek kualitas, harga dan kemudahan.

2) Keakraban dengan pelanggan (*Customer intimacy*)

Keakraban dengan pelanggan mengandung arti perusahaan selalu berusaha menyesuaikan produk maupun jasanya dengan kebutuhan spesifik dan spesial setiap pelanggan.³⁵



³⁵ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 303-315.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode sangat diperlukan dalam penelitian, sebab dengan metode tersebut tujuan penelitian dapat dicapai dengan baik. Sebagaimana diterangkan bahwa metode adalah cara utama untuk mendapatkan data yang diperlukan.³⁶

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang mana diharapkan temuan-temuan yang bersifat empiris dapat dideskripsikan secara lebih rinci, lebih jelas, dan lebih akurat.³⁷ Peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif ini dikarenakan penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang akan diamati.

Sedangkan jenis penelitian ini adalah deskriptif. Ciri-ciri dari penelitian deskriptif adalah titik berat pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*). Peneliti bertindak sebagai pengamat, serta hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Sering terjadi, penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya.

³⁶ Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 93.

³⁷ Burhan Mungin, *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer)* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 147.

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati lapangan (*field research*) tanpa dibebani atau diarahkan oleh teori. Peneliti tidak bermaksud menguji teori sehingga perspektifnya tidak tersaring serta bebas meneliti objek, menjelajah, dan menemukan wawasan-wawasan baru sepanjang jalan. Penelitian ini terus-menerus mengalami reformasi dan radireksi ketika informasi-informasi baru ditemukan.³⁸ Dengan menggunakan *field research* peneliti dituntut untuk dapat “berdiri sambil berfikir”. Artinya peneliti dalam melaksanakan penelitian dapat menjelajah dan menemukan temuan-temuan baru yang ada di lapangan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Perusahaan Roti Netral Bondowoso yang terletak di jalan. PB. SUDIRMAN NO. 36 BONDOWOSO. Dipilihnya tempat ini karena Perusahaan Roti Netral Bondowoso merupakan perusahaan roti yang tidak menggunakan bahan pengawet, sehingga konsumen aman untuk mengkonsumsi semua roti yang ada di perusahaan Roti Netral Bondowoso.

C. Subyek Penelitian

Dalam subyek penelitian informan maupun partisipan dalam metode penelitian kualitatif adalah orang yang berikhtiyar mengumpulkan data. Subjek penelitian adalah peneliti sendiri yang menjadi instrumen utama dalam penelitian kualitatif, sedangkan informan dan partisipan dapat peneliti sendiri maupun pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian. Semua subjek

³⁸ Tim Penyusun, *Pedoman...*, 47.

yang dimaksud adalah alat pengumpul data. Menurut Patton, ada dua teknik pemilihan partisipan (*sampling strategies*) dalam penelitian kualitatif. Yaitu, *Random probability sampling* dan *Purposeful sampling*.

Dari sini, peneliti memilih teknik yang kedua yaitu *Purposeful sampling*. Teknik *Purposeful sampling* merupakan sampel yang dipilih bergantung pada tujuan penelitian tanpa memerhatikan kemampuan generalisasinya³⁹ dan suatu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/ situasi sosial yang diteliti.⁴⁰

Dalam teknik *Purposive sampling* peneliti memilih subjek penelitian dengan tujuan untuk menentukan informan kunci (*key informan*) yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan secara sengaja tanpa dibuat-buat. Seringkali banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara random (acak). Sehingga jika menggunakan sampling secara acak akan menyulitkan peneliti. Dengan menggunakan *purposive sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* ini, maka yang menjadi subjek penelitian adalah:

³⁹Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 130.

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 300.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama yang perolehannya melalui wawancara peneliti dengan para informan, yaitu:

- a. Pemilik Perusahaan
- b. Karyawan
- c. Konsumen

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh sebagai tambahan dari data primer yang berupa dokumentasi tertulis, majalah ilmiah, arsip, dan juga dokumentasi lainnya sebagai referensi sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan dalam penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan menemukan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi non partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi dan gabungan ketiganya atau triangulasi.⁴¹

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu:

⁴¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, 308.

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra yang dibantu dengan alat-alat canggih sehingga benda-benda yang sangat kecil dan jauh dapat diamati dengan mendalam.

Nasution (1988) menyatakan bahwa observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.⁴² Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Sementara itu, Sanafiah Faisal (1990) mengklasifikasikan observasi menjadi observasi berpartisipasi (*participant observation*), observasi yang secara terang-terangan dan tersamar (*overt observation and covert observation*), dan observasi yang tak berstruktur (*unstructured observation*).⁴³

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi non partisipan. Dalam observasi ini, peneliti tidak ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data dalam kehidupan sehari-hari tetapi hanya mengamati Diferensiasi Produk dalam Menghadapi Pesaing pada Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso.

- a. Memperoleh suatu gambaran keadaan fisik Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso
- b. Mengetahui aktivitas karyawan dan konsumen pada Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso

⁴² Ibid.,310.

⁴³ Ibid., 310.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁴⁴

Wawancara digunakan sebagai 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. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.

Esterberg (2002) mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semiterstruktur dan tidak terstruktur.⁴⁵

a. Wawancara terstruktur (*Structured interview*)

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya pun telah disiapkan.

Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya. Dengan

⁴⁴ Ibid., 317.

⁴⁵ Ibid., 319.

wawancara terstruktur ini pula, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa wawancara sebagai pengumpul data.

b. Wawancara semi terstruktur (*Semistruktur interview*)

Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

c. Wawancara tak terstruktur (*Unstructured interview*)

Wawancara tak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh, sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden. Berdasarkan analisis terhadap jawaban dari setiap responden tersebut, maka peneliti dapat mengajukan berbagai pertanyaan berikutnya yang lebih terarah pada suatu tujuan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menggunakan teknik wawancara semistruktur. Karena dengan menggunakan teknik wawancara ini lebih memudahkan bagi peneliti untuk melakukan penelitian secara mendalam tentang Diferensiasi Produk dalam Menghadapi Pesaing pada Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso.

Adapun informan yang dipilih terkait dalam wawancara ini, antara lain:

- a. Pemilik Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso
- b. Karyawan Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso
- c. Konsumen Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.⁴⁶

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain.

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.⁴⁷ Metode ini dicantumkan guna memperoleh beberapa dokumen atau data:

⁴⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, 329.

⁴⁷ Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 73.

- a. Profil Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso
- b. Foto Kegiatan Kerja Karyawan Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso
- c. Dokumen lain yang relevan sebagai pendukung analisis objek pembahasan

E. Analisis Data

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁴⁸

Susan Stainback mengemukakan bahwa *“Data analysis is critical to the qualitative research process. It is to recognition, study, and understanding of interrelationship and concept in your data that hypotheses and assertions can be developed and evaluated.”* Analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah di lapangan.⁴⁹ Dalam hal ini Nasution (1988) menyatakan *“analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya sampai jika mungkin, teori yang grounded.”* Dalam

⁴⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 334.

⁴⁹ *Ibid.*, 336.

kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif karena dapat mengorganisir data, memilah-milih menjadi sesuatu yang dapat dikelola, menggabungkan data, mencari dan menentukan sesuatu yang penting untuk dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data deskriptif dibagi menjadi tiga tahapan yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, makin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal 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, dan mencarinya bila diperlukan.⁵⁰

⁵⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, 339.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.⁵¹

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.

3. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketika dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵²

⁵¹ Ibid.,341.

⁵² Ibid., 330.

Dengan melakukan penarikan kesimpulan, maka peneliti akan mendapat penemuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya meragukan menjadi jelas.

F. Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data merupakan salah satu langkah penting. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan yang dicapai dan menunjukkan kevalidan hasil temuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada fakta yang akan diteliti. Pada penelitian yang akan dilakukan ini, peneliti akan menggunakan triangulasi.

Triangulasi merupakan teknik pemerisaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Triangulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Sedangkan triangulasi teknik adalah peneliti menggunakan teknik yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.⁵³

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahapan kegiatan penelitian merupakan kegiatan yang berkenaan dengan pelaksanaan penelitian secara menyeluruh dari awal sampai akhir

⁵³ Ibid., 330.

penelitian. Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.⁵⁴

1. Tahap pra penelitian, yaitu orientasi yang meliputi kegiatan penentuan fokus, penyesuaian paradigma dengan teori dan disiplin ilmu, peninjauan dengan konteks penelitian mencakup observasi awal penelitian dalam hal ini adalah Perusahaan Roti Netral, penyusunan usulan penelitian dan seminar proposal penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengurus perizinan penelitian kepada subyek penelitian.
2. Tahap Pelaksanaan Penelitian, tahap ini meliputi pengumpulan data-data yang terkait dengan fokus penelitian yang dilakukan di Perusahaan Roti Netral, tahap analisis data, tahap ini meliputi kegiatan mengolah dan mengorganisir data yang diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, setelah itu dilakukan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti.
3. Tahap pasca penelitian, tahap ini meliputi kegiatan penyusunan hasil penelitian dari semua rangkaian kegiatan pengumpulan data sampai pemberian makna data. Setelah itu melakukan konsultasi hasil penelitian dengan dosen pembimbing. Langkah terakhir adalah melakukan pengurusan kelengkapan persyaratan untuk melakukan ujian skripsi.

⁵⁴ Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, 20.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan Roti Netral Bondowoso

Perusahaan Roti Miera adalah sebuah perusahaan milik perseorangan berupa home industry berdiri pada 1960 didirikan oleh nyok bukyat di Bondowoso, tujuan utama dari perusahaan selain untuk mendapatkan keuntungan juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Bondowoso khususnya di bidang makanan ringan Roti dan Kue. Kemudian pada Tahun 1970 an perusahaan Roti Miera berganti nama menjadi Roti Netral yang ber alamat JL. PB SUDIRMAN No. 36-38 Bondowoso, Jawa Timur.⁵⁵

Roti Netral adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan seperti Roti Manis, Roti Tawar, Donat, Kue Tar dan lain-lainnya. Perusahaan melakukan pemasaran terhadap produk yang diproduksinya sendiri dengan sistem menjual langsung atau menunggu bola di tempat yang tetap, pada Tahun 2010 pemilik Roti Netral meninggal dunia dan digantikan oleh adiknya yang bernama Suyani sampai sekarang. Pada kepemimpinannya pemilik perusahaan yang kedua Roti Netral berpindah lokasi di depan Hotel Jakarta atau di depan lokasi yang lama.

⁵⁵ Dokumentasi, Sejarah Perusahaan Roti Netral Bondowoso, 29 Juni 2018.

Jika melihat kompetitor-kompetitor yang bergerak di bidang usaha yang sama memang sudah cukup banyak. Tetapi pemilik Roti Netral menyiasatinya dengan inovasi yang berbeda dari produk-produk yang sudah ada yaitu, dengan inovasi rasa yang lebih enak, tidak mengandung bahan pengawet, harga yang ekonomis dan yang paling penting sehat dan higienis. Dengan ini pemilik Roti Netral yakin produk yang dimiliki mampu bersaing dan laku di pasaran.

Dengan usaha Roti dan kue yang sudah memiliki pelanggan tetap, maka pemilik roti perusahaan menambah berbagai macam bentuk dan rasa agar konsumen puas terhadap produk yang dimiliki Perusahaan Roti Netral. Seiring dengan berkembangnya waktu pemilik perusahaan juga menjual beraneka macam makanan ringan untuk lebaran.

Industri Roti Netral memulai waktu operasionalnya mulai pukul 08.00-20.00. Komitmen industri Roti Netral adalah tetap menjaga kualitas produk dengan tidak menggunakan bahan pengawet pada proses produksinya. Hal ini agar produk tetap menjadi produk khas Bondowoso yang sangat di gemari baik oleh penduduk Bondowoso sendiri maupun pengunjung yang datang dari luar kota.

2. Profil Perusahaan Roti Netral Bondowoso⁵⁶

a. Nama Perusahaan : Roti Netral Bondowoso
 Nomer Telp/Fax : 0332-422109
 Alamat : JL. PB. SUDIRMAN No. 36-38
 Bondowoso

Kecamatan : Bondowoso

Kabupaten/Kota : Bondowoso

Provinsi : Jawa Timur

Kode Pos : 68211

Tahun Berdiri : 1960

Waktu Operasional : 08.00-20.00

b. Pemilik Perusahaan

Nama : Suyani

Nomer Telp/Fax : 081234369768

Pendidikan Terakhir : SMA Sederajat

3. Visi dan Misi Perusahaan Roti Netral Bondowoso

a. Visi Perusahaan Roti Netral

“Menjadi pilihan yang utama bagi konsumen dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan akan Roti dan Kue dengan produk berkualitas serta menyehatkan”

⁵⁶ Dokumentasi, Profil Perusahaan Roti Netral, 29 Juni 2018.

b. Misi Perusahaan Roti Netral

1. Memperluas lapangan kerja untuk masyarakat sekitar tempat produksi pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya.
2. Secara terus menerus mengembangkan varian produk Roti

4. Keadaan Sarana dan Prasarana Perusahaan Roti Netral Bondowoso⁵⁷

Tabel 4.1
Sarana Pendukung Operasional Roti Netral Bondowoso

| No. | Jenis Barang | Jml | Baik | Rusak Berat | Rusak Ringan |
|-----|-----------------|-----|------|-------------|--------------|
| 1. | Oven Besar | 2 | 2 | - | - |
| 2. | Loyang | 30 | 20 | 7 | 3 |
| 3. | Mixer Besar | 1 | 1 | - | - |
| 4. | Timbangan | 2 | 2 | - | - |
| 5. | Roll Pin | 3 | 3 | - | - |
| 6. | Kompor Gas | 2 | 2 | - | - |
| 7. | Alat Penggoreng | 2 | 2 | - | - |
| 8. | Cetakan Roti | 150 | 115 | 20 | 15 |

5. Jumlah Pegawai di Perusahaan Roti Netral Bondowoso⁵⁸

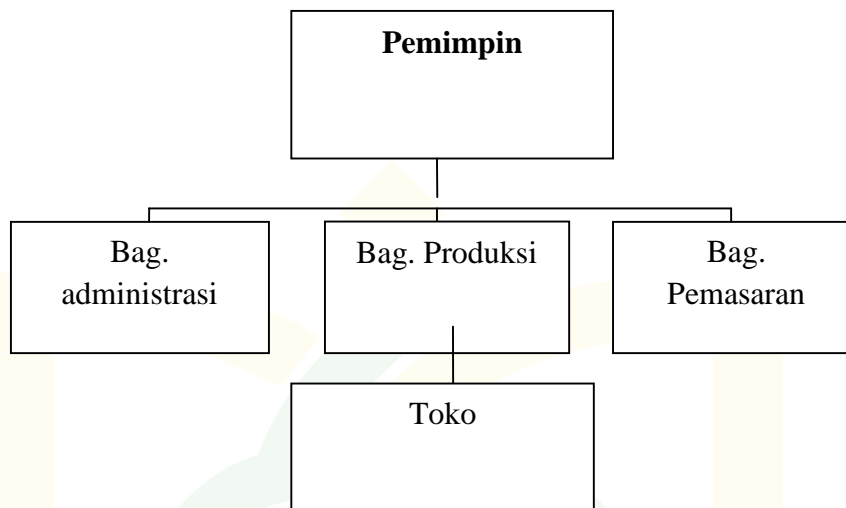
Tabel 4.2
Jumlah Pegawai di Perusahaan Roti Netral Bondowoso

| No. | Pegawai | Laki-laki | Perempuan |
|-----|-------------------|-----------|-----------|
| 1. | Bag. Produksi | 2 | 1 |
| 2. | Bag. Administrasi | - | 2 |
| 3. | Bag. Pemasaran | - | 3 |

⁵⁷ Dokumentasi, keadaan Sarana dan Prasarana Perusahaan Roti Netral Bondowoso, 29 Juni 2018.

⁵⁸ Dokumentasi, Keadaan Pegawai di Perusahaan Roti Netral Bondowoso, 29 Juni 2018.

6. Struktur Perusahaan Roti Netral Bondowoso⁵⁹



B. Penyajian Data dan Analisis Data

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada BAB III bahwa dalam penelitian ini menggunakan tiga metode, yaitu metode observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat untuk memperoleh data.

Alat untuk memperoleh data yang berkaitan dengan obyek penelitian tentang berbagai hal yang berkaitan dan mendukung rumusan masalah dalam penelitian. Maka dalam penyajian data dan analisis data ini akan dipaparkan secara terperinci tentang obyek yang diteliti, dalam hal ini mengacu pada fokus penelitian yang telah ditetapkan.

Berikut ini data-data yang diperoleh selama melakukan penelitian dan pengumpulan data berdasarkan fokus penelitian yang dilakukan di Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso.

⁵⁹ Dokumentasi, Struktur Perusahaan Roti Netral Bondowoso, 29 Juni 2018.

1. Pola Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso.

Perusahaan Roti Netral berdiri pada Tahun 1970. Kelahiran Roti Netral adalah semata-mata perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan seperti Roti Manis, Roti Tawar, Donat, Kue Tar dan lain-lainnya. Oleh karena itu, perusahaan Roti Netral sebagai salah satu industri Roti dan Kue yang berusaha mengembangkan diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri.

Perusahaan Roti Netral memproduksi barang konvenien. Barang konvenien adalah barang yang mudah dipakai, sehingga untuk membelinya sangat mudah, jenis barang konvenien yang dihasilkan berupa roti kecil, sedang, dan roti besar. Adapun macam-macam produk Roti Netral yaitu, donat, spikulas, brownis, roti keju, roti tawar, roti manis, dan roti ban, dan roti gulung. Varias harga roti antara Rp. 4000,- sampai 40.000,- sehingga segmen pasar yang dituju adalah dari kalangan menengah kebawah.

Diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan industri pada perusahaan Roti Netral ini tidak lepas dari pola yang harus dikembangkan dalam mewujudkan produk-produk perusahaan yang bisa diterima oleh seluruh masyarakat Bondowoso maupun diluar Bondowoso. Seperti yang dikemukakan oleh Ibu Suyani, selaku Pemilik di Perusahaan Roti Netral.

“Pada dasarnya sebuah perusahaan harus mempunyai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Perusahaan ini mempunyai visi dan misi, visi (*Vision*) adalah tujuan perusahaan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang

akan datang atau masa depan. Hanya saja visi yang ditetapkan sesuai dengan apa yang ingin dicapai. Visi Roti Netral yaitu menjadi pilihan yang utama bagi konsumen dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan akan Roti dan Kue dengan produk berkualitas serta menyehatkan. Sesuai dengan visi kami berusaha untuk mengembangkan pola-pola produk dalam menghadapi pesaing khususnya di Kabupaten Bondowoso”.⁶⁰

Hal senada juga dituturkan oleh bagian produksi yaitu Bapak Kafrawi, kepada peneliti saat wawancara di ruang produksi Roti Netral, beliau menyatakan bahwa:

“Keberhasilan suatu perusahaan tidak lepas dari pola-pola yang harus diciptakan dalam mengembangkan produk, pola-pola tersebut sesuai dengan ide-ide perusahaan supaya berbeda dengan perusahaan lainnya. Pola-pola yang dikembangkan tersebut meliputi bentuk, fitur, mutu kerja, mutu kesesuaian, daya tahan, kendala, mudah diperbaiki dan gaya.”⁶¹

Adapun pola diferensiasi produk yang dikembangkan pada perusahaan Roti Netral dalam mewujudkan perusahaan untuk menghadapi pesaing terdiri atas:

a. Bentuk

Bentuk produk yang ada di perusahaan Roti Netral tidak lepas dari ciri khas perusahaan. Berikut ini paparan bagian produksi perusahaan yaitu Bapak Kafrawi, mengemukakan bahwa:

“Bentuk berperan penting bagi perusahaan ini karena adanya bentuk pada perusahaan ini konsumen bisa membedakan produk disini dengan produk perusahaan lain, bentuk yang kami buat mengikuti perkembangan zaman era modern ini sesuai dengan ide perusahaan dan permintaan konsumen”⁶²

⁶⁰ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

⁶¹ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

⁶² Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

Penjelasan dari Bapak Kafrawi di dukung oleh penuturan Ibu Hidayatul Islamiyah, selaku bagian pemasaran, beliau mengungkapkan bahwa:

“.. Bentuk produk yang ada diperusahaan ini bermacam-macam mulai dari bentuk yang kecil (mini), sedang dan besar, hanya saja bentuk bisa disesuaikan dengan permintaan konsumen saat memesan produk, dan perusahaan disini membebaskan konsumen membawa contoh sesuai dengan keinginannya. Bentuk tersebut tidak lepas dari ukuran-ukuran atau model yang ada pada perusahaan.”⁶³

Bentuk produk diperusahaan ini sangat pas dengan harga yang sudah ditetapkan seperti yang sudah dikemukakan oleh Saudara Sulaiman selaku konsumen di perusahaan Roti Netral Bondowoso menjelaskan kepada peneliti bahwa:

“...Bentuk produk yang ada di perusahaan ini sangat beragam sekali sehingga saya sebagai konsumen kadang bingung untuk memilih bentuk produk disini, saya paling terkesan dengan bentuk produk disini adalah kue tar kucing yang hampir menyerupai hewan kucing sungguhan, bentuk produk seperti itu sangat unik dari pengalaman saya membeli produk kue tar kucing hanya diperusahaan ini yang benar-benar mirip produknya dengan hewan kucing beneran.”⁶⁴

Pernyataan dari Bapak Sulaiman di dukung oleh hasil penelitian lapangan peneliti menjelaskan bahwa:

“Bentuk kue tar kucing diperusahaan Roti Netral merupakan kue tar yang unik dan hampir menyerupai hewan beneran sehingga para konsumen tertarik untuk memproduksi kue tar kucing tersebut. Kue tar kucing yang di buat langsung oleh karyawan produksi di perusahaan Roti Netral dengan keahlian tangannya yang bikin kue tar ini sangat unik dengan menggunakan bahan Roti Gulung di dalamnya sehingga di

⁶³ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

⁶⁴ Sulaiman, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

lapisan luarnya di bentuk hingga menyerupai kucing dengan menggunakan cream khusus untuk kue tar.”⁶⁵

Dalam pola diferensiasi produk, bentuk terdapat berbagai macam bentuk produk yang sesuai dengan ukuran serta model bentuk dan juga disesuaikan dengan permintaan konsumen saat memesan produk pada perusahaan Roti Netral dan juga dalam bentuk Kue Tar kucing yang sangat unik sehingga konsumen tertarik untuk memproduksinya.

b. Fitur

Sebagian besar produk tidak lepas dari fitur yang berbeda-beda hal ini dikarenakan fitur pada produk Roti Netral memiliki sifat yang unik dari pada perusahaan lainnya.

Fitur dalam diferensiasi produk pada Perusahaan Roti Netral memiliki sifat yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Bapak Kafrawi selaku bagian produksi, menuturkan bahwa:

“Keunikan di perusahaan ini terdapat pada fitur-fitur produk yang sudah menjadi ciri khas di perusahaan ini dan tidak sama dengan perusahaan lain terdapat pada model produk terutama seperti kue Tar yang memiliki fitur bermacam-macam yaitu bulat, persegi panjang, love, persegi empat, dan kue Tar yang menyerupai hewan kucing”⁶⁶

Penjelasan dari Bapak Kafrawi di dukung oleh penuturan Saudari Rifatun Wiqoyati selaku Konsumen di Perusahaan Roti Netral mengungkapkan bahwa:

⁶⁵ Peneliti, Observasi, Bondowoso 28 Juli 2018.

⁶⁶ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

“...Fitur pada perusahaan Roti Netral memiliki banyak macam keberagaman fitur, saya sering memesan kue tar mulai dari kue tar susun, kucing serta kue tar khusus buat ulang tahun dan saya juga sering membawa contoh sendiri untuk memesan produk seperti yang saya bawak, keunikan diperusahaan ini terdapat pada pelayanannya serta rasa dari produk ini yang sangat khas dari pada perusahaan lainnya.”⁶⁷

Hasil dari catatan lapangan peneliti terhadap fitur pada kue

Tar maupun roti mengemukakan bahwa:

Roti Netral merupakan perusahaan roti yang bersaing dengan perusahaan roti lainnya yang berada di daerah Kabupaten Bondowoso, perusahaan ini sangat unik karena produk yang dipasarkan tidak menggunakan bahan pengawet pada produknya hanya saja fitur maupun bentuknya yang sangat bervariasi serta bisa membawa contoh sendiri. Di dalam fitur tersebut terdapat beberapa hal dalam mempercantik kue tar yang awal mulanya dari roti yang biasa menjadi fitur roti yang sangat cantik dengan perpaduan cream yang berwarna warni dipadukan dalam bentuk kue tar tersebut. Mencampurkan cream nya tidak sembarang dengan mencampurkan sesuai dengan model atau permintaan pelanggan (konsumen) serta dibentuk dengan keahlian tangan produksi yang sudah handal dalam membentuk karya-karyanya di dalam mempercantik kue tar tersebut.⁶⁸

Hal ini sangat mendukung terhadap perkembangan perusahaan Roti Netral dalam menghadapi para pesaing perusahaan lainnya. Dikarenakan dengan adanya fitur yang bermacam-macam membuat konsumen tertarik pada produk Roti Netral.

c. Mutu Kerja

Mutu kerja pada perusahaan Roti Netral yang ditanamkan pada karyawan dimulai dari kedisiplinan kerja, kejujuran, serta keuletan terhadap para konsumen.

⁶⁷ Rifatun Wiqoyati, Konsumen Perusahaan Roti Netral, *Wawancara*, Bondowoso 26 Juni 2018.

⁶⁸ Peneliti, *Observasi*, Bondowoso 05 Juli 2018.

Berikut ini paparan kepala perusahaan Roti Netral Ibu Suyani dalam mutu kerja, menyatakan bahwa:

“Semua manusia dalam menjalankan tugas kepemimpinannya selalu memiliki rencana yang ingin dicapai, saya selaku kepala perusahaan mengutamakan mutu kerja khususnya kedisiplinan karyawan dalam bekerja meliputi kedatangan tepat waktu yaitu dari jam 08.00-16.00 bagi karyawan produksi dan jam 08-00-20-00 bagian pemasaran. Yang kedua mutu kerja terhadap kejujuran yang mencakup semua hal baik dibagian produksi dan pemasaran produk mulai dari pembuatan produk serta produk yang dipasarkan. Yang terakhir keuletan terhadap konsumen mulai dari pelayanan yang baik dan tidak bermalas-malasan saat bekerja. Oleh karena itu mutu kerja yang saya terapkan di perusahaan ini sudah berjalan secara maksimal sejak beberapa tahun ini.”⁶⁹

Penjelasan dari Ibu Suyani didukung oleh penuturan dari karyawan bagian pemasaran Ibu Hidayatul Islamiyah menuturkan bahwa:

“Mutu kerja yang diterapkan oleh pemilik toko tidak memberatkan semua karyawan yang bekerja di perusahaan ini seperti saya selaku bagian pemasaran harus benar-benar menjalankan amanah yang sudah ditetapkan oleh pemilik perusahaan terhadap kedisiplinan bekerja serta kejujuran dan keuletan.”⁷⁰

Mutu kerja yang ada di perusahaan ini memuaskan seperti yang dijelaskan oleh Ibu Aisyah selaku konsumen di Perusahaan Roti Netral kepada peneliti bahwa:

“Menurut saya mutu kerja yang ada di perusahaan ini terbilang memuaskan karyawan-karyawannya sangat disiplin, ramah dan melayani konsumen dengan baik, ini adalah suatu yang sangat penting dalam sebuah perusahaan sehingga konsumen akan puas dan nyaman untuk membeli produk yang ada di perusahaan ini.”⁷¹

⁶⁹ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

⁷⁰ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

⁷¹ Aisyah, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

Dalam mutu kerja pada perusahaan Roti Netral ini mengarahkan kepada kekompakan kepala perusahaan dan karyawan dalam membangun team kerja yang solid dalam mengembangkan perusahaan yang siap dalam menghadapi pesaing-pesaingnya, tanpa kekompakan dan kerja sama tidak akan berhasil.

d. Mutu Kesesuaian

Pembeli mengharapkan produk yang memiliki mutu kesesuaian dengan standar atau spesifikasi yang tinggi. Harga yang ditetapkan sesuai dengan produk yang dipasarkan sehingga konsumen tidak akan kecewa dengan produk perusahaan Roti Netral.

Bapak Kafrawi selaku bagian produksi menjelaskan, bahwa:

“Produk yang kami buat disesuaikan dengan patokan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, setiap produk mempunyai harga yang bermacam-macam sesuai dengan kandungan produk yang ada didalamnya. Hal ini agar konsumen merasa puas terhadap produk yang diperusahaan Roti Netral ini.”⁷²

Penuturan dari Bapak Kafrawi didukung oleh Bapak Taufiq selaku karyawan pembantu dibagian produksi menyatakan bahwa:

“Saya selaku karyawan pembantu merasa mutu kesesuaian yang ada di perusahaan ini sudah sangat tepat dan tidak ada komplain dari para konsumen, karena produk disini tidak menggunakan bahan pengawet dan tidak ada efek sampingnya untuk dikonsumsi. Hal ini membuat para konsumen merasa puas terhadap produk yang ada di perusahaan Roti Netral ini.”⁷³

⁷² Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

⁷³ Taufiqurrahman, Karyawan Pembantu, Bondowoso 07 Juni 2018.

Mutu kesesuaian sangat berperan penting dalam sebuah perusahaan, seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Sitti selaku konsumen Perusahaan Roti Netral mengungkapkan kepada peneliti bahwa:

“Mutu kesesuaian produk yang ada diperusahaan disini sangat memuaskan dan sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan, saya selama jadi konsumen diperusahaan ini sangat puas dengan produk yang ada disini karena setiap keinginan atau pesanan konsumen benar-benar diperhatikan sehingga konsumen tidak canggung dengan harga yang sudah ditetapkan diperusahaan ini.”⁷⁴

Mutu kesesuaian ini mengarahkan perusahaan Roti Netral terhadap pola pikir yang positif dalam perkembangan perusahaan baik itu yang berifat internal maupun eksternal yaitu kepada konsumen yang sangat diperhatikan dalam memesan produk sehingga harganya di sesuaikan dengan ketentuan perusahaan

e. Daya Tahan

Daya tahan akan lebih menarik perhatian pelanggan untuk membayar lebih pada produk yang diharapkan, karena di perusahaan Roti Netral tidak menggunakan bahan pengawet terhadap produknya sehingga aman untuk di konsumsi. Berikut penuturan kepala perusahaan Ibu Suyani terhadap peneliti tentang Daya tahan produk, beliau menyatakan bahwa:

“Daya tahan produk disini paling lama untuk dikonsumsi yaitu empat hari, karena produk disini tidak menggunakan bahan pengawet sedikitpun sehingga para konsumen tidak perlu takut mengkonsumsi produk-produk yang ada yang ada

⁷⁴ Sitti, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

di perusahaan ini, bahan produk yang kami gunakan betul-betul diperhatikan agar produk yang kami buat berkualitas dan tidak mengandung bahaya bagi para konsumennya.”⁷⁵

Didalam perusahaan ini sangat memperhatikan daya tahan produk yang ada di perusahaan Roti Netral agar para konsumen puas seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Rahma selaku konsumen di perusahaan Roti Netral kepada peneliti menyatakan bahwa:

“Produk Roti Netral sangat enak dan tempatnya pun sangat bersih serta penggunaan bahan tanpa pengawet yang membuat para konsumen sangat puas dan senang terhadap produk Roti Netral, seperti Rotinya yang sangat lembut dan berbagai bentuk sangat beragam sehingga konsumen tidak kecewa terhadap harga yang disesuaikan dengan produk-produknya.”⁷⁶

Didalam perusahaan ini sangat memperhatikan daya tahan produk yang ada di perusahaan Roti Netral agar para konsumen puas seperti yang di ungkapkan oleh Ibu Rahma selaku konsumen di perusahaan Roti Netral kepada peneliti menyatakan bahwa:

“Produk Roti Netral sangat enak dan tempatnya pun sangat bersih serta penggunaan bahan tanpa pengawet yang membuat para konsumen sangat puas dan senang terhadap produk Roti Netral, seperti Rotinya yang sangat lembut dan berbagai bentuk sangat beragam sehingga konsumen tidak kecewa terhadap harga yang disesuaikan dengan produk-produknya.”⁷⁷

Diferensiasi produk terhadap daya tahan pada perusahaan Roti Netral ini tidak menggunakan bahan pengawet yang membuat para konsumen puas dan tidak ragu terhadap produk tersebut.

⁷⁵ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

⁷⁶ Rahma, Konsumen Perusahaan Roti Netral, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

⁷⁷ Rahma, Konsumen Perusahaan Roti Netral, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

f. Keandalan

Keandalan yang ada di perusahaan Roti Netral tidak lepas dari jangka waktu yang sudah ditetapkan selama kurang lebih empat hari khusus roti-roti baik roti kecil maupun besar, untuk kue tar jangka waktu kurang lebih satu minggu dari pembuatannya.

Pada keandalan di perusahaan Roti Netral ini memiliki respon positif bagi perusahaan, Ibu Suyani selaku pemilik perusahaan Roti Netral menuturkan bahwa:

“..Keandalan bisa membawa *image* perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan Roti lain. *Image* merupakan suatu gambaran perusahaan yang mudah dipahami oleh kalangan masyarakat luar dengan keandalan suatu produk yang bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap perusahaan Roti Netral.”⁷⁸

Hal ini sangat efektif dalam membangun citra perusahaan terhadap lingkungan eksternal, Ibu Suyani melanjutkan:

“..keandalan ini memiliki respon positif dari kalangan masyarakat karena merupakan suatu kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menunjang internal perusahaan dalam membawa perusahaan lebih berkembang dengan perusahaan lain.”⁷⁹

Dalam kemampuan ini kepala perusahaan berkomunikasi secara empatik dalam membangun komitmen dan penyampaian keandalan yang berhubungan dengan perusahaan.

⁷⁸ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

⁷⁹ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

g. Mudah diperbaiki

Perusahaan Noti Netral mengembangkan pola diferensiasi produk terhadap produk yang mudah diperbaiki khususnya kue tar yang ada di perusahaan ini.

Berikut penjelasan dari Ibu Hidayatul Isamiyah kepada peneliti terhadap produk yang mudah diperbaiki, beliau menyatakan bahwa:

“..Produk yang mudah diperbaiki hanya kue tar saja, karena bentuk kue yang tidak sesuai keinginan konsumen, sehingga perusahaan bisa mengubah bentuk kue tersebut sesuai dengan yang konsumen inginkan. Hal ini bertujuan agar para konsumen merasa puas terhadap produk di perusahaan ini.”⁸⁰

Penjelasan dari Ibu Hidayatul Islamiyah didukung oleh penuturan dari Bapak Kafrawi selaku bagian produksi kepada peneliti beliau menjelaskan bahwa:

“Disini kami menetapkan mudah diperbaiki hanya khusus kue tar saja, apabila produk yang kami jual kepada para konsumen tidak sesuai dengan selera konsumen kami memberi kebebasan konsumen untuk mengubah produk yang sudah kami tawarkan selama kami masih mampu membuat produk yang konsumen inginkan.”⁸¹

Produk di perusahaan Roti Netral mudah diperbaiki khususnya pada kue tar saja, seperti yang dikemukakan Ibu Ningsih selaku konsumen di perusahaan ini kepada peneliti bahwa:

“Salah satu keunggulan di perusahaan Roti Netral Bondowoso adalah produk yang mudah diperbaiki meskipun hanya kue tar saja, saya selaku konsumen sangat nyaman dan

⁸⁰ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

⁸¹ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

puas dengan produk disini sehingga konsumen tidak perlu khawatir apabila ada kecacatan pada suatu produk kue tar.”⁸²

Pola diferensiasi produk terhadap mudah diperbaiki memiliki kebebasan kepada konsumen dalam menentukan keinginannya selagi perusahaan tersebut masih mampu membuat produk yang konsumen inginkan. Misalkan, kue tar yang cacat bisa diperbaiki sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap produk di perusahaan Roti Netral.

h. Gaya

Gaya yang diterapkan pada produk perusahaan Roti Netral terdapat pada penampilan dan kemasan produk untuk menarik minat pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh Ibu Suyani selaku pemilik perusahaan menjelaskan bahwa:

“Gaya merupakan yang paling utama dalam memasarkan produk agar konsumen tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut, karena tampilan dan kemasan produk sangat berpengaruh besar terhadap perusahaan tanpa kemasan dan tampilan produk tidak akan berkembang dan akan mengakibatkan perusahaan *colleps*.”⁸³

Hal senada juga dituturkan oleh Ibu Hidayatul Islamiyah selaku bagian pemasaran menjelaskan kepada peneliti bahwa:

“..Tampilan dan kemasan berperan penting dalam memasarkan suatu produk sehingga produk yang kami pasarkan banyak peminatnya, selain itu kemasan dan tampilan juga memudahkan para konsumen mengenali produk yang kami pasarkan, karena tanpa adanya tampilan dan kemasan para konsumen akan kesulitan mengenali produk perusahaan Roti Netral.”⁸⁴

⁸² Ningsih, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

⁸³ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

⁸⁴ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

Gaya merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan seperti yang dikemukakan Saudara Iswanto selaku konsumen disini menjelaskan kepada peneliti bahwa:

“Gaya pada kemasan produk disini masih kurang memuaskan karena konsumen masih agak kesulitan untuk mengkonsumsi produk disini, bahwasanya kemasan produk yang ada labelnya di perusahaan ini hanya terdapat pada kemasan produk yang besar-besar seperti kue tar, roti gulung, roti tawar yang dikemas pakai plastik, itu semua belum dikasik label perusahaan, sehingga konsumen baru akan kerepotan untuk mengkonsumsi produk-produk yang ada disini.”⁸⁵

Dalam hal ini gaya sangat berperan besar terhadap perusahaan

Roti Netral untuk mengembangkan perusahaan dalam jangka panjang dan untuk menghadapi para pesaing perusahaan lainnya. Kelemahan yang terdapat pada perusahaan Roti Netral terdapat pada label perusahaan yang tidak menggunakan label sehingga membuat para konsumen merasa kebingungan untuk mencari produk tersebut.

2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso.

Pendukung merupakan suatu hal yang mempengaruhi perusahaan menjadi berkembang, maju, bertambah dan menjadi lebih dari sebelumnya. Sama halnya dengan perusahaan Roti Netral yang terus berkembang dari tahun ketahun seperti yang dijelaskan oleh Ibu Suyani selaku pemilik perusahaan beliau menjelaskan bahwa:

⁸⁵ Iswanto, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

“Perusahaan Roti Netral mengalami peningkatan disetiap tahunnya, faktor pendukung dari majunya perusahaan disini yang paling utama adalah semua produk yang ada di perusahaan Roti Netral disini tidak menggunakan bahan pengawet sedikitpun, paling lama produk disini dikonsumsi yaitu kurang lebih empat hari, sehingga konsumen tidak takut dan ragu dalam mengkonsumsi produk yang ada di perusahaan ini, selain itu faktor pendukung selanjutnya perusahaan disini mengubah tampilan produk lama menjadi produk yang sedang tren dengan mengikuti perkembangan zaman, sehingga konsumen tidak jenuh dengan penampilan produk yang lama dan kami juga membebaskan konsumen untuk membawa contoh model sesuai dengan yang konsumen inginkan khususnya kue tar.”⁸⁶

Dalam hal ini produk yang tidak menggunakan bahan pengawet dan tampilan baru sangat berperan besar dalam berkembangnya perusahaan Roti Netral dalam menghadapi pesaing di Kabupaten Bondowoso.

Hambatan memiliki arti yang sangat penting dalam setiap melaksanakan suatu tugas atau pekerjaan. Hambatan cenderung bersifat negatif yaitu memperlambat laju suatu hal yang dikerjakan oleh seseorang tepatnya pada faktor diferensiasi produk yang tidak terlepas dari dua faktor yaitu:

- a. Faktor eksternal merupakan penguat yang berpengaruh terhadap perusahaan dalam menghadapi pesaing, seperti yang di kemukakan oleh Ibu Suyani selaku pemilik perusahaan menjelaskan kepada peneliti bahwa:

“Setiap manusia dalam usahanya pasti ada hambatan, hal ini tidak bisa hindari karena faktor penghambat adalah suatu yang wajar jadi setiap pengusaha jangan pesimis dalam menghadapinya sebaiknya optimis saja. Sama halnya dengan

⁸⁶Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

perusahaan Roti disini dalam menghadapi hambatan-hambatan kami disini tidak merasa down, malah suatu hambatan itu membuat kami merasa lebih semangat dan lebih percaya diri dalam mengembangkan perusahaan agar lebih maju kedepannya. Faktor-faktor penghambat yang ada di perusahaan ini yaitu: munculnya pesaing-pesaing baru.”⁸⁷

Hal senada juga dituturkan oleh Ibu Hidayatul Islamiyah

selaku bagian pemasaran mengungkapkan bahwa:

“Faktor hambatan merupakan rintangan yang harus kami jalani untuk menghadapi para pesaing-pesaing perusahaan lain seperti Roti Fatimah, Roti Berlian, Bakery Roti dan Rumah Roti yang membuat perusahaan mengalami hambatan dalam memasarkan produknya dalam mengembangkan produk dan pemasaran di lingkungan masyarakat Bondowoso, hambatan di perusahaan ini tidak menjadi beban karena kami menyikapinya dengan rasa percaya diri sehingga aktivitas di perusahaan ini berjalan dengan lancar.”⁸⁸

Dalam hal ini faktor hambatan eksternal pada Perusahaan Roti Netral terdapat pada pesaing perusahaan dalam mengembangkan dan meningkatkan produknya. Untuk itu Perusahaan Roti Netral terus menerus mengembangkan Perusahaannya dalam menghadapi pesaing yang lain.

- b. Faktor internal merupakan pendukung utama dalam mendorong diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing sehingga lebih stabil dan kuat, karena faktor internal berpengaruh terhadap produk yang mau di pasarkan. Berikut ini pemaparan dari Bapak Kafrawi menjelaskan bahwa:

⁸⁷ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

⁸⁸ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

“Kendala internal di perusahaan ini termasuk hambatan kecil misalnya bahan mentah naik, adanya kerusakan barang produksi, tetapi semua itu tidak menjadi halangan bagi perusahaan dalam menciptakan suatu produk. Dan setiap 3 bulan sekali ada pengecekan khusus terhadap barang yang selalu digunakan.”⁸⁹

Dalam hal ini faktor penghambat internal pada perusahaan Roti Netral tidak berdampak negatif justru membawa perusahaan lebih baik lagi ke depannya.

C. Pembahasan Temuan

1. Pola Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso.

Diferensiasi adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaingnya. Diferensiasi produk menurut Griffin adalah penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik konsumen.⁹⁰Diferensiasi produk pada perusahaan Roti Netral tidak lepas dari pola-pola yang harus dilakukan dalam mengembangkan suatu produknya di sebuah perusahaan agar bisa diterima oleh kalangan masyarakat Bondowoso maupun diluar masyarakat Bondowoso untuk menarik konsumen.

Dari hasil temuan yang bisa disimpulkan sementara bahwa pola diferensiasi produk pada perusahaan Roti Netral sangat berpengaruh besar dalam menghadapi pesaing yang ada di Kabupaten Bondowoso. Hal ini

⁸⁹ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

⁹⁰ Dejava, Thariz Baharmal dkk.“.....”, 2.

dibuktikan dengan adanya pola diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing yang meliputi:

a. Bentuk

Bentuk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rupa atau wujud yang ditampilkan. Produk dapat dideferensiasikan berdasarkan bentuk atau ukuran, model atau struktur fisik produk.⁹¹

b. Fitur

Sebuah perusahaan dapat mengidentifikasi dan menyeleksi fitur baru yang tepat dengan mensurvei pembeli dan kemudian menghitung nilai pelanggan dibandingkan dengan biaya perusahaan untuk masing-masing fitur potensial.⁹²

c. Mutu Kerja

Kinerja produk yang lebih unggul memberikan dampak pembelian ulang yang lebih banyak, kesetiaan pelanggan, dan kesan yang positif dari pelanggan.

d. Mutu Kesesuaian

Pembeli mengharapkan produk yang memiliki mutu kesesuaian dengan standar atau spesifikasi yang tinggi. Mutu kesesuaian adalah tingkat kesesuaian dan pemenuhan semua unit yang dijanjikan.

⁹¹ Daryanto.,247.

⁹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller.,11.

e. Daya Tahan

Produk yang mempunyai keunggulan pada daya tahan akan lebih menarik perhatian pelanggan untuk membayar lebih pada produk yang diharapkan.

f. Keandalan

Pembeli umumnya akan membayar lebih untuk mendapatkan produk yang mempunyai keandalan.

g. Mudah Diperbaiki

Pelanggan tertarik pada jenis produk yang mudah diperbaiki juga karena alasan efisiensi waktu dan biaya apabila bisa diperbaiki sendiri.

h. Gaya

Gaya memberikan pengaruh pada pelanggan dengan menampilkan keunikan dan performance pada produk untuk menarik minat beli pelanggan.

Teori tersebut sangat sesuai dengan apa yang sudah dilakukan oleh perusahaan Roti Netral kaitannya dengan pola diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing yaitu:

- a. Bentuk, bentuk produk yang sangat bervariasi mulai dari ukuran bentuk yang kecil sampai dengan yang besar, karena bentuk berperan sangat penting bagi perusahaan untuk menghadapi pesaing. Dengan adanya berbagai bentuk perusahaan Roti Netral berusaha untuk menarik pelanggan pada perusahaan tersebut. Pemilik perusahaan

yakni Ibu Suyani berkata bahwa bentuk yang dikembangkan pada perusahaan Roti Netral tidak lepas dari keahlian para karyawannya serta ide-ide kreatif yang dikembangkan sesuai dengan era perkembangan zaman, bentuk produk yang unik terdapat pada kue tar kucing yang mirip menyerupai kucing namun kelebihanya juga terdapat dalam memasarkan produk tersebut disesuaikan dengan permintaan konsumen dalam memesan produknya.

- b. Fitur, pola ini tercermin dari eksistensi pemilik perusahaan dalam menghadapi pesaing. Fitur pada perusahaan Roti Netral merupakan ciri khas dari produknya karena fiturnya yang sangat lembut dan bahannyapun yang tidak menggunakan bahan pengawet membuat produk lebih sehat untuk dikonsumsi. Dengan banyaknya berbagai fitur mulai dari kue tar maupun roti yang lain semua disesuaikan dengan harga yang cocok dengan kualitas produknya, hal ini fitur sangat mendukung terhadap perkembangan perusahaan Roti Netral dalam menghadapi para pesaing lainnya karena dengan adanya fitur membuat konsumen pada produk Roti Netral.
- c. Mutu kerja, sebagai pemimpin pemilik perusahaan memiliki visi atau angan-angan yang ingin dicapai sesuai dengan rencana atau aturan yang sudah ditetapkan. Mutu kerja pada perusahaan Roti Netral meliputi kedisiplinan dalam bekerja (tepat waktu) , kejujuran saat bekerja serta kepiawaian karyawan pada pelanggan (keuletan saat bekerja), semua itu tidak lepas dari tanggung jawab sesuai dengan

tupoksi masing-masing. Karena dalam mutu kerja tersebut mengarahkan pada kekompakan serta tanggung jawab dalam membangun team kerja yang solid untuk mengembangkan perusahaan siap menghadapi pesaing .

- d. Mutu kesesuaian, pola ini mengarahkan pada produk yang disesuaikan dengan patokan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan Roti Netral karena produk yang bermacam-macam mengakibatkan harga yang berbeda antara produk kue yang satu dengan yang lain.
- e. Daya tahan, produk pada perusahaan Roti Netral memiliki daya tahan sesuai dengan kandungan produk yang tidak menggunakan bahan pengawet mengakibatkan produk daya tahan yang cukup sedikit yakni hanya bisa bertahan 4 hari untuk di konsumsi, karena produk Roti Netral yang sangat lembut dan sehat membuat konsumen tidak ragu untuk mengkonsumsinya.
- f. Keandalan, perusahaan Roti Netral mempunyai keandalan dalam membawa *image* perusahaan untuk menghadapi pesaing. *image* Perusahaan yang mudah dipahami dan dikenal oleh kalangan masyarakat, karena pemilik perusahaan mampu berkomunikasi secara empatik dalam membangun perusahaan untuk menghadapi pesaing. Keandalan ini memiliki respon positif dari kalangan masyarakat karena merupakan suatu kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menunjang internal perusahaan dalam membawa perusahaan lebih berkembang dengan perusahaan lain.

- g. Mudah diperbaiki, dalam hal ini perusahaan Roti Netral menggunakan pola mudah diperbaiki untuk produk kur tar saja, karena bentuk kue yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen perusahaan siap untuk diperbaiki sesuai dengan permintaan konsumen, sehingga hal ini bertujuan agar para konsumen merasa puas terhadap produk yang ada di perusahaan.
- h. Gaya, pada perusahaan Roti Netral terdapat pada tampilan dalam kemasan yang berperan penting dalam memasarkan suatu produk sehingga produk yang dipasarkan banyak peminatnya, selain itu kemasan dan tampilan juga memudahkan para konsumen mengenali produk yang dipasarkan, karena tanpa adanya tampilan dan kemasan para konsumen akan kesulitan mengenali produk perusahaan Roti Netral. Namun perusahaan Roti Netral mempunyai titik kelemahan yaitu tidak menggunakan label pada roti ukuran sedang dan kecil sehingga membuat konsumen sulit untuk mengenali produk-produk yang ada di perusahaan Roti Netral.

Dalam pola diferensiasi produk ini pemilik perusahaan bersikukuh dalam tercapainya suatu keinginan yang ingin dicapai dengan melibatkan semua karyawan dalam mengembangkan perusahaannya untuk men gahadapi perusahaan pesaing lainnya.

2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso.

Dalam posisi seperti ini, faktor pendukung dan penghambat sangat berpengaruh terhadap perusahaan dalam menghadapi pesaing terhadap perubahan-perubahan di masa yang akan datang. Untuk itu dalam faktor pendukung pada perusahaan merupakan suatu hal yang menciptakan perusahaan lebih berkembang, sedangkan faktor penghambat merupakan sifat negatif dalam memperlambat laju suatu hal yang dikerjakan oleh seseorang tepatnya pada faktor diferensiasi produk yang tidak terlepas dari faktor eksternal maupun faktor internal, menurut Soeharto hambatan adalah suatu yang dapat menghalangi kemajuan atau pencapaian suatu hal yang disebabkan oleh lingkungan internal dan eksternal.⁹³

Seperti yang dikatakan teori di atas bahwasannya dalam sebuah perusahaan tidak akan lepas dari faktor pendukung maupun penghambat pada perusahaan untuk menghadapi pesaing, maka ini dapat diatasi oleh perusahaan Roti Netral melalui diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing .

Pertama, pada faktor pendukung di perusahaan Roti Netral dalam menghadapi pesaing terdapat pada produk yang tidak menggunakan bahan pengawet serta penampilan sangat menarik membuat pelanggan tidak

⁹³ A. Ahyari. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem*. (Yogyakarta: BPFE. 2002),23.

ragu untuk mengkonsumsi karena produknya yang sehat dan alami, sehingga perusahaan Roti Netral pada setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada produk yang dipasarkan. Konsumen bukan hanya puas terhadap produknya tetapi faktor pendukungnya pada perusahaan ini bisa membawa gambar atau model bentuk kue sendiri untuk memesannya.

Kedua, dalam faktor penghambat pada perusahaan Roti Netral ada dua hambatan yakni, dari faktor eksternal atau dari luar seperti banyaknya pesaing baru khususnya di Kabupaten Bondowoso, seperti Roti Fatimah, Roti Berlian, Bakery Roti dan Rumah Roti yang membuat perusahaan mengalami hambatan dalam memasarkan produknya. Sehingga perusahaan Roti Netral berusaha keras dan tetap percaya diri dalam mengembangkan produknya dari tahun ke tahun.

Sedangkan, dari hambatan faktor internal perusahaan Roti Netral dalam menghadapi pesaing terdapat pada hambatan yang sangat mempengaruhi berkembangnya produk contohnya misalkan ada sebuah barang dalam memproduksi produk rusak itu semua akan berpengaruh terhadap hambatan internal perusahaan dalam mengembangkan sebuah produknya. Sehingga dalam tiga bulan sekali ada pengontrolan atau pengecekan khusus pada barang yang sering digunakan dalam memproduksi produknya agar bisa mengetahui mana yang bisa di pakai dan yang rusak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso.

Pola diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral dilakukan dengan cara variasi bentuk, fitur produk, mutu kerja karyawan, mutu kesesuaian produk, daya tahan produk, keandalan produk, mudah diperbaiki dan gaya perusahaan dalam mengembangkan produk.

2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso.

Faktor pendukung dan penghambat diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral dapat dilihat dari faktor pendukung perusahaan dalam mengembangkan produknya tidak menggunakan bahan pengawet, sedangkan faktor penghambat perusahaan dari faktor eksternal yang disebabkan dengan adanya pesaing baru dan faktor internal perusahaan disebabkan oleh barang produksi yang rusak.

B. Saran- saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan dalam diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso.

1. Sebagai kepala perusahaan visi misi perusahaan terus di tingkatkan dalam mutu dan potensinya, salurkan terus kepemimpinan kepada orang yang membutuhkan bimbingan terutama kepada karyawan, dan juga sebagai seorang pemimpin harus mampu mensesederhanakan problema yang ada di perusahaan.
2. Tingkatkan terus potensi profesionalisme dalam segala bidang untuk mewujudkan visi masa depan, jangan pernah puas dengan hasil yang sekarang serta ikuti perkembangan zaman agar konsumen tidak bosan dengan produk-produk yang sudah lama.
3. Untuk semua kepengurusan perusahaan, baik itu komite, guru beserta karyawan selalu beri dukungan yang tulus demi kelanjutan program unggulan serta visi misi di masa mendatang.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, A. 2002. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem*. Yogyakarta: BPFE.
- Bungin, Burhan. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. 1997. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Surabaya: Apollo.
- Dejawa, Thariz Baharmal dkk. 2014. *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, Jurnal*. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Departemen RI . 2004. *Al Quran dan Terjemah*, Jakarta: CV Penerbit J-ART.
- Grant, M. Robert Grant. 1997. *Analisis Strategi Konmtemporer. Konsep, teknik dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya. 2010. *Connect, Surviving New Wave Marketing*. Jakarta: Selemba Empat.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan Jilid 1, Dialih Bahasakan Oleh Alexander Sindoro*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke dua Belas Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran, Ed. Millenium jilid 1 dan 2, dialih bahasakan oleh Bob Sabran*. Jakarta: PT Indeks.
- Moleong, Lexy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rema Rosda Karya.
- Porter, Michael. 1993. *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Erlangga.
- Raharjo, Novie. 2002. *Analisis Pengaruh Vriabel-variabel yang Berkaitan dengan Strategi Diferensiassi terhadap Kinerja Pasar dalam Memenangkan Keunggulan Bersaing*. Indonesia: Jurnal Sains pemsasaan.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Suwarsono, Muhammad. 2002. *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*. Yogyakarta: Alfabeta.

Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*. Jember: IAIN Jember Press.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

_____. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Usman, Husaini. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Undang-undang RI No. 40 Tahun 2009

Yayasan Penyelenggaraan Penterjemahan Al-Qur'an. 2010. *AL-HIKAM Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: Diponegoro.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Permohonan Izin Penelitian
4. Surat Keterangan Penelitian
5. Jurnal Penelitian
6. Transkrip Wawancara
7. Dokumentasi
8. Foto Kegiatan Perusahaan Roti Netral Bondowoso
9. Tentang Penulis



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh. Kholid
NIM : 084 144 125
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso”** adalah benar-benar hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Jember, 25 Oktober 2018
Penulis



MOH. KHOLID
NIM. 084 144 125

Matrik Penelitian

| JUDUL | VARIABEL | SUB VARIABEL | INDIKATOR | SUMBER DATA | METODE PENELITIAN | FOKUS PENELITIAN |
|---|--|---------------------|---|---|--|--|
| DIFERENSIASI PRODUK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI PADA PERUSAHAAN ROTI NETRAL DI KABUPATEN BONDOWOSO | Diferensiasi Produk dalam Menghadapi Pesaing | Diferensiasi Produk | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk 2. Fitur 3. Mutu Kerja 4. Mutu Kesesuaian 5. Daya Tahan 6. Keandalan 7. Mudah diperbaiki 8. Gaya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Data Primer: <ol style="list-style-type: none"> a. Pemilik Perusahaan b. Karyawan c. Konsumen 2. Data Sekunder: <ol style="list-style-type: none"> a. Kepustakaan b. Dokumentasi c. Wawancara | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan Penelitian <ol style="list-style-type: none"> a. Penelitian Kualitatif 2. Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan (<i>Field Research</i>) 3. Penentuan Populasi Menggunakan <i>Purposive Sampling</i> 4. Lokasi Penelitian Di Perusahaan Roti Netral Bondowoso 5. Teknik Pengumpulan Data: Observasi Wawancara Dokumentasi 6. Keabsahan data: Trigulasi sumber | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pola diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso? 2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat diferensiasi produk dalam menghadapi pesaing pada perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso? |
| | | Menghadapi Pesaing | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan pasar Keseluruhan 2. Melindungi pangsa pasar 3. Memperluas Pangsa Pasar | | | |



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68139
Website : WWW.iain-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B-~~669~~/In.20/7.a/PP.00.9/06/2018
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Ibu Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral)

di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Moh. Kholid
NIM : 083144125
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syari'ah
No Telpon : 082229616761
Dosen Pembimbing : Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP : 19730830 199903 1 002
Judul Penelitian : Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Pesaing Pada

Perusahaan Roti Netral di Kabupaten Bondowoso

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jember, 04 Juni 2018



Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip

**PERUSAHAAN ROTI NETRAL
KABUPATEN BONDOWOSO**
JL. PB. SUDIRMAN NO. 36-38 BONDOWOSO
Telp. 0332 422109

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik perusahaan Roti Netral Bondowoso menerangkan bahwa:

Nama : Moh. Kholid
Tempat, Tanggal, Lahir : Bondowoso, 30 November 1995
Jenis kelamin : Laki-Laki
Nim : 083144125
Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Tahun Akademik : 2017/2018
Alamat : Dsn. Koncer Kidul RT 20 RW 08, Tenggarang Bondowoso
Judul Skripsi : Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Industri Pada Perusahaan Roti Netral Kabupaten Bondowoso

Yang bersangkutan telah selesai melaksanakan penelitian sejak tanggal 06 juni sampai 29 juni 2018 di perusahaan kami.


Demikian surat keterangan ini dbuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

29 Juli 2018
Pemilik,

**PERUSAHAAN ROTI
NETRAL**
JL. PB. SUDIRMAN NO. 36/38
TLP. (0332)422109
BONDOWOSO

SUYANI

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI PERUSAHAAN ROTI NETRAL BONDOWOSO

| No | Tanggal | Uraian Kegiatan | Informan | Paraf |
|----|------------|---|---------------------|---|
| 1 | 23/02/2018 | Silaturahmi kepada Pemilik Perusahaan Roti Netral di Bondowoso | Suyani |  |
| 2 | 25/02/2018 | Observasi Awal kepada Pemilik Perusahaan Roti Netral di Bondowoso | Suyani |  |
| 3 | 04/06/2018 | Menyerahkan surat penelitian ke Pemilik Perusahaan | Suyani |  |
| 4 | 06/06/2018 | Menembusi surat penelitian | Hidayatul Islamiyah |  |
| 5 | 06/06/2018 | Wawancara dengan Pemilik Perusahaan Roti Netral di Bondowoso | Suyani |  |
| 6 | 07/06/2018 | Wawancara dan Observasi dengan karyawan bagian produksi | Kafrawi |  |
| 7 | 07/06/2018 | Wawancara dengan karyawan bagian pembantu produksi | Taufiqqurahman |  |
| 8 | 25/06/2018 | Wawancara dan observasi dengan karyawan bagian pemasaran | Hidayatul Islamiyah |  |
| 9 | 26/06/2018 | Wawancara dan observasi dengan konsumen | Rifatun Wiqoyati |  |
| 10 | 28/07/2018 | Wawancara dan observasi dengan konsumen | Sulaiman |  |
| 11 | 28/07/2018 | Wawancara dengan konsumen | Aisyah |  |
| 12 | 28/07/2018 | Wawancara dengan konsumen | Sitti |  |

| | | | | |
|----|------------|--|---------|---|
| 13 | 28/07/2018 | Wawancara dengan konsumen | Rahmah |  |
| 14 | 28/07/2018 | Wawancara dengan konsumen | Ningsih |  |
| 15 | 28/07/2018 | Wawancara dengan konsumen | Iswanto |  |
| 16 | 29/07/2018 | Meminta data-data dan surat keterangan selesai | Suyani |  |

Bondowoso, 29 Juli 2018

Pemilik Perusahaan Roti
Netral

PERUSAHAAN ROTI
NETRAL
SUYANI
JL. PABUJOHARUM, 05/38
TLP. 0832742211F
BONDOWOSO

TRANSKRIP WAWANCARA
DIFERENSIASI PRODUK DALAM MENGHADAPI PESAING PADA PERUSAHAAN ROTI NETRAL DI
KABUPATEN BONDOWOSO

1. Pola Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Pesaing Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso.

| Informan | Transkrip Wawancara | Tanda Tangan |
|---|---|---------------------------------------|
| <p style="text-align: center;">Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral)</p> | <p>“Pada dasarnya sebuah perusahaan harus mempunyai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Perusahaan ini mempunyai visi dan misi, visi (<i>Vision</i>) adalah tujuan perusahaan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang atau masa depan. Hanya saja visi yang di tetapkan sesuai dengan apa yang ingin di capai. Visi Roti Netral yaitu menjadi pilihan yang utama bagi konsumen dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan akan Roti dan Kue dengan produk berkualitas serta menyehatkan. Sesuai dengan visi kami berusaha untuk mengembangkan pola-pola produk dalam menghadapi pesaing khususnya di Kabupaten Bondowoso”.¹</p> | <p style="text-align: center;">1.</p> |
| <p style="text-align: center;">Kafrawi (Bagian Produksi)</p> | <p>“Keberhasilan suatu perusahaan tidak lepas dari pola-pola yang harus diciptakan dalam mengembangkan produk, pola-pola tersebut sesuai dengan ide-ide perusahaan supaya berbeda dengan perusahaan lainnya. Pola-pola yang dikembangkan tersebut meliputi bentuk, fitur, mutu kerja, mutu kesesuaian, daya tahan, kendala, mudah diperbaiki dan gaya.”²</p> | <p style="text-align: center;">2.</p> |
| <p style="text-align: center;">Kafrawi (Bagian Produksi)</p> | <p>“Bentuk berperan penting bagi perusahaan ini karena adanya bentuk pada perusahaan ini konsumen bisa membedakan produk disini dengan produk perusahaan lain, bentuk yang kami buat mengikuti perkembangan zaman era modern ini sesuai dengan ide perusahaan dan permintaan konsumen”³</p> | <p style="text-align: center;">3.</p> |

¹ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.
² Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.
³ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

| | | |
|---|---|----|
| Hidayatul Islamiyah (Bagian Pemasaran) | “.. Bentuk produk yang ada diperusahaan ini bermacam-macam mulai dari bentuk yang kecil (mini), sedang dan besar, hanya saja bentuk bisa disesuaikan dengan permintaan konsumen saat memesan produk, dan perusahaan disini membebaskan konsumen membawa contoh sesuai dengan keinginannya. Bentuk tersebut tidak lepas dari ukuran-ukuran atau model yang ada pada perusahaan.” ⁴ | 4. |
| Sulaiman (konsumen) | “...Bentuk produk yang ada di perusahaan ini sangat beragam sekali sehingga saya sebagai konsumen kadang bingung untuk memilih bentuk produk disini, saya paling terkesan dengan bentuk produk disini adalah kue tar kucing yang hampir menyerupai hewan kucing sungguhan, bentuk produk seperti itu sangat unik dari pengalaman saya membeli produk kue tar kucing hanya diperusahaan ini yang benar-benar mirip produknya dengan hewan kucing beneran.” ⁵ | 5. |
| Kafrawi (Bagian Produksi) | “Keunikan di perusahaan ini terdapat pada fitur-fitur produk yang sudah menjadi ciri khas di perusahaan ini dan tidak sama dengan perusahaan lain terdapat pada model produk terutama seperti kue Tar yang memiliki fitur bermacam-macam yaitu bulat, persegi panjang, love, persegi empat, dan kue Tar yang menyerupai hewan kucing” ⁶ | 6. |
| Rifatun Wiqoyati (Konsumen) | “...Fitur pada perusahaan Roti Netral memiliki banyak macam keberagaman fitur, saya sering memesan kue tar mulai dari kue tar susun, kucing serta kue tar khusus buat ulang tahun dan saya juga sering membawa contoh sendiri untuk memesan produk seperti yang saya bawak, keunikan diperusahaan ini terdapat pada pelayanannya serta rasa dari produk ini yang sangat khas dari pada perusahaan lainnya.” ⁷ | 7. |
| Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral) | “Semua manusia dalam menjalankan tugas kepemimpinannya selalu memiliki rencana yang ingin dincapai, saya selaku kepala perusahaan mengutamakan mutu kerja khususnya kedisiplinan karyawan dalam bekerja meliputi kedatangan tepat waktu yaitu dari jam 08.00-16.00 bagi karyawan produksi dan jam 08-00-20-00 bagian pemasaran. Yang kedua mutu kerja terhadap kejujuran yang mencakup semua hal baik dibagian produksi dan pemasaran produk mulai dari pembuatan produk serta produk yang dipasarkan. Yang terakhir keuletan terhadap konsumen mulai dari pelayanan yang baik dan tidak bermalas-malasan saat bekerja. | 8. |

⁴ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

⁵ Sulaiman, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

⁶ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

⁷ Rifatun Wiqoyati, Konsumen Perusahaan Roti Netral, *Wawancara*, Bondowoso 26 Juni 2018.

| | | |
|--|---|-----|
| | Oleh karena itu mutu kerja yang saya terapkan di perusahaan ini sudah berjalan secara maksimal sejak beberapa tahun ini.” ⁸ | |
| Hidayatul Islamiyah (Bagian Pemasaran) | “Mutu kerja yang diterapkan oleh pemilik toko tidak memberatkan semua karyawan yang bekerja di perusahaan ini seperti saya selaku bagian pemasaran harus benar-benar menjalankan amanah yang sudah ditetapkan oleh pemilik perusahaan terhadap kedisiplinan bekerja serta kejujuran dan keuletan.” ⁹ | 9. |
| Aisyah (Konsumen) | “Menurut saya mutu kerja yang ada di perusahaan ini terbilang memuaskan karyawan-karyawannya sangat disiplin, ramah dan melayani konsumen dengan baik, ini adalah suatu yang sangat penting dalam sebuah perusahaan sehingga konsumen akan puas dan nyaman untuk membeli produk yang ada di perusahaan ini.” ¹⁰ | 10. |
| Kafrawi (Bagian Produksi) | “Produk yang kami buat disesuaikan dengan patokan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, setiap produk mempunyai harga yang bermacam-macam sesuai dengan kandungan produk yang ada didalamnya. Hal ini agar konsumen merasa puas terhadap produk yang diperusahaan Roti Netral ini.” ¹¹ | 11. |
| Taufiqqurahman (Pembantu Produksi) | “Saya selaku karyawan pembantu merasa mutu kesesuaian yang ada di perusahaan ini sudah sangat tepat dan tidak ada komplain dari para konsumen, karena produk disini tidak menggunakan bahan pengawet dan tidak ada efek sampingnya untuk dikonsumsi. Hal ini membuat para konsumen merasa puas terhadap produk yang ada di perusahaan Roti Netral ini.” ¹² | 12. |
| Sitti (Konsumen) | “Mutu kesesuaian produk yang ada diperusahaan disini sangat memuaskan dan sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan, saya selama jadi konsumen diperusahaan ini sangat puas dengan produk yang ada disini karena setiap keinginan atau pesanan konsumen benar-benar diperhatikan sehingga konsumen tidak canggung dengan harga yang sudah ditetapkan diperusahaan ini.” ¹³ | 13. |

⁸ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

⁹ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

¹⁰ Aisyah, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

¹¹ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

¹² Taufiqqurahman, Karyawan Pembantu, Bondowoso 07 Juni 2018.

¹³ Sitti, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

| | | |
|---|---|------------|
| <p>Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral)</p> | <p>“Daya tahan produk disini paling lama untuk dikonsumsi yaitu empat hari, karena produk disini tidak menggunakan bahan pengawet sedikitpun sehingga para konsumen tidak perlu takut mengkonsumsi produk-produk yang ada yang ada di perusahaan ini, bahan produk yang kami gunakan betul-betul diperhatikan agar produk yang kami buat berkualitas dan tidak mengandung bahaya bagi para konsumennya.”¹⁴</p> | <p>14.</p> |
| <p>Rahma (Konsumen)</p> | <p>“Produk Roti Netral sangat enak dan tempatnya pun sangat bersih serta penggunaan bahan tanpa pengawet yang membuat para konsumen sangat puas dan senang terhadap produk Roti Netral, seperti Rotinya yang sangat lembut dan berbagai bentuk sangat beragam sehingga konsumen tidak kecewa terhadap harga yang disesuaikan dengan produk-produknya.”¹⁵</p> | <p>15.</p> |
| <p>Rahma (Konsumen)</p> | <p>“Produk Roti Netral sangat enak dan tempatnya pun sangat bersih serta penggunaan bahan tanpa pengawet yang membuat para konsumen sangat puas dan senang terhadap produk Roti Netral, seperti Rotinya yang sangat lembut dan berbagai bentuk sangat beragam sehingga konsumen tidak kecewa terhadap harga yang disesuaikan dengan produk-produknya.”¹⁶</p> | <p>16.</p> |
| <p>Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral)</p> | <p>“..Keandalan bisa membawa <i>image</i> perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan Roti lain. <i>Image</i> merupakan suatu gambaran perusahaan yang mudah dipahami oleh kalangan masyarakat luar dengan keandalan suatu produk yang bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap perusahaan Roti Netral.”¹⁷</p> | <p>17.</p> |
| <p>Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral)</p> | <p>“..keandalan ini memiliki respon positif dari kalangan masyarakat karena merupakan suatu kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan untuk menunjang internal perusahaan dalam membawa perusahaan lebih berkembang dengan perusahaan lain.”¹⁸</p> | <p>18.</p> |

¹⁴ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

¹⁵ Rahma, Konsumen Perusahaan Roti Netral, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

¹⁶ Rahma, Konsumen Perusahaan Roti Netral, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

¹⁷ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

¹⁸ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

| | | |
|---|---|-----|
| Hidayatul Islamiyah (Bagian Pemasaran) | “..Produk yang mudah diperbaiki hanya kue tar saja, karena bentuk kue yang tidak sesuai keinginan konsumen, sehingga perusahaan bisa mengubah bentuk kue tersebut sesuai dengan yang konsumen inginkan. Hal ini bertujuan agar para konsumen merasa puas terhadap produk di perusahaan ini.” ¹⁹ | 19. |
| Kafrawi (Bagian Produksi) | “Disini kami menetapkan mudah diperbaiki hanya khusus kue tar saja, apabila produk yang kami jual kepada para konsumen tidak sesuai dengan selera konsumen kami memberi kebebasan konsumen untuk mengubah produk yang sudah kami tawarkan selama kami masih mampu membuat produk yang konsumen inginkan.” ²⁰ | 20. |
| Ningsih (Konsumen) | “Salah satu keunggulan di perusahaan Roti Netral Bondowoso adalah produk yang mudah diperbaiki meskipun hanya kue tar saja, saya selaku konsumen sangat nyaman dan puas dengan produk disini sehingga konsumen tidak perlu khawatir apabila ada kecacatan pada suatu produk kue tar.” ²¹ | 21. |
| Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral) | “Gaya merupakan yang paling utama dalam memasarkan produk agar konsumen tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut, karena tampilan dan kemasan produk sangat berpengaruh besar terhadap perusahaan tanpa kemasan dan tampilan produk tidak akan berkembang dan akan mengakibatkan perusahaan <i>colleps</i> .” ²² | 22. |
| Hidayatul Islamiyah (Bagian Pemasaran) | “..Tampilan dan kemasan berperan penting dalam memasarkan suatu produk sehingga produk yang kami pasarkan banyak peminatnya, selain itu kemasan dan tampilan juga memudahkan para konsumen mengenali produk yang kami pasarkan, karena tanpa adanya tampilan dan kemasan para konsumen akan kesulitan mengenali produk perusahaan Roti Netral.” ²³ | 23. |

¹⁹ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

²⁰ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

²¹ Ningsih, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

²² Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

²³ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

| | | |
|--------------------------------------|--|------------|
| <p>Iswanto (Konsumen)</p> | <p>“Gaya pada kemasan produk disini masih kurang memuaskan karena konsumen masih agak kesulitan untuk mengkonsumsi produk disini, bahwasanya kemasan produk yang ada labelnya di perusahaan ini hanya terdapat pada kemasan produk yang besar-besar seperti kue tar, roti gulung, roti tawar yang dikemas pakai plastik, itu semua belum dikasik label perusahaan, sehingga konsumen baru akan kerepotan untuk mengkonsumsi produk-produk yang ada disini.”²⁴</p> | <p>24.</p> |
|--------------------------------------|--|------------|

2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Diferensiasi Produk Dalam Menghadapi Pesaing Pada Perusahaan Roti Netral Di Kabupaten Bondowoso.

| | | |
|---|--|------------|
| <p>Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral)</p> | <p>“Perusahaan Roti Netral mengalami peningkatan disetiap tahunnya, faktor pendukung dari majunya perusahaan disini yang paling utama adalah semua produk yang ada di perusahaan Roti Netral disini tidak menggunakan bahan pengawet sedikitpun, paling lama produk disini dikonsumsinya yaitu kurang lebih empat hari, sehingga konsumen tidak takut dan ragu dalam mengkonsumsi produk yang ada di perusahaan ini, selain itu faktor pendukung selanjutnya perusahaan disini mengubah tampilan produk lama menjadi produk yang sedang tren dengan mengikuti perkembangan zaman, sehingga konsumen tidak jenuh dengan penampilan produk yang lama dan kami juga membebaskan konsumen untuk membawa contoh model sesuai dengan yang konsumen inginkan khususnya kue tar.”²⁵</p> | <p>25.</p> |
| <p>Suyani (Pemilik Perusahaan Roti Netral)</p> | <p>“Setiap manusia dalam usahanya pasti ada hambatan, hal ini tidak bisa hindari karena faktor penghambat adalah suatu yang wajar jadi setiap pengusaha jangan pesimis dalam menghadapinya sebaiknya optimis saja. Sama halnya dengan perusahaan Roti disini dalam menghadapi hambatan-hambatan kami disini tidak merasa down, malah suatu hambatan itu membuat kami merasa lebih semangat dan lebih percaya diri dalam mengembangkan</p> | <p>26.</p> |

²⁴ Iswanto, Konsumen, *Wawancara*, Bondowoso 28 Juli 2018.

²⁵ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

| | | |
|--|---|-----|
| | perusahaan agar lebih maju kedepannya. Faktor-faktor penghambat yang ada di perusahaan ini yaitu: munculnya pesaing-pesaing baru.” ²⁶ | |
| Hidayatul Islamiyah (Bagian Pemasaran) | “Faktor hambatan merupakan rintangan yang harus kami jalani untuk menghadapi para pesaing-pesaing perusahaan lain dalam mengembangkan produk dan pemasaran di lingkungan masyarakat Bondowoso, hambatan di perusahaan ini tidak menjadi beban karena kami menyikapinya dengan rasa percaya diri sehingga aktivitas di perusahaan ini berjalan dengan lancar.” ²⁷ | 27. |
| Kafrawi (Bagian Produksi) | “Kendala internal di perusahaan ini termasuk hambatan kecil misalnya bahan mentah naik, adanya kerusakan barang produksi, tetapi semua itu tidak menjadi halangan bagi perusahaan dalam menciptakan suatu produk.” ²⁸ | 28. |

²⁶ Suyani, Pemilik Perusahaan, *Wawancara*, Bondowoso 06 Juni 2018.

²⁷ Hidayatul Islamiyah, Karyawan Pemasaran, *Wawancara*, Bondowoso 25 Juni 2018.

²⁸ Kafrawi, Karyawan Produksi, *Wawancara*, Bondowoso 07 Juni 2018.

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Pemilik Perusahaan Roti Netral Bondowoso



Wawancara dengan karyawan bagian produksi di Perusahaan Roti Netral Bondowoso



Wawancara dengan Karyawan Bagian Pemasaran di Perusahaan Roti Netral Bondowoso



Wawancara pertama dengan 2 konsumen di Perusahaan Roti Netral Bondowoso



Wawancara kedua dengan 5 konsumen di Perusahaan Roti Netral Bondowoso



Foto bersama pemilik dan karyawan Perusahaan Roti Netral Bondowoso

FOTO KEGIATAN PERUSAHAAN ROTI NETRAL BONDOWOSO



Pembuatan adonan roti dan kue



Pembuatan kue donat dan roti mini



Pengisian varian rasa roti mini



Pembuatan kue tar



Mengambil roti yang sudah matang dari oven



Pemotongan roti tawar



Pengemasan roti, roti mini dan snack



Roti besar, roti mini dan kue yang sudah siap untuk dikemas



Oven, lengser, cetakan dan pendingin kue tar

BIODATA PENULIS

Nama : Moh. Kholid
NIM : 084 144 125
Tempat, Tgl Lahir : Bondowoso, 30 November 1995
Alamat : Desa Koncer Kidul, RT
020/RW 008 Kec. Tenggarang Kab.
Bondowoso
No. Hp : 082229616761
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syari'ah



1. Riwayat Pendidikan:

- a. TK Nurul Hidayah dari tahun (2001-2003)
- b. MI Nurul Hidayah dari tahun (2003-2008)
- c. MTS Nurul Huda dari tahun (2008-2011)
- d. MA Nurul Huda dari tahun (2011-2014)
- e. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dari tahun (2014-2018)

2. Pengalaman Organisasi:

- a. PRAMUKA MI
- b. OSIS MTS
- c. IKMPB di IAIN Jember