

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, pemasaran produk dalam perkembangan bisnis menjadi sangat kuat demi merebut sasaran pasar. Salah satu bidang bisnis yang berkembang pesat pada era ini ialah bisnis makanan dan minuman. Makanan ialah kebutuhan utama yang menunjang nutrisi manusia dalam kelangsungan hidupnya. Makanan juga merupakan produk yang tetap ada dan terus berkembang serta berubah tergantung akan permintaan dan penawaran masyarakat. Kondisi ekonomi dan sosial masyarakat dan budaya yang inkonsisten pun menciptakan pola konsumsi masyarakat yang berubah seiringnya waktu. Adapun contoh pola konsumsi masyarakat yang beredar di pasaran seperti *fastfood* (makanan siap saji), makanan ringan dan makanan berat.

Roti merupakan produk makanan ringan yang sangat familiar dengan masyarakat hingga menjadi salah satu pangan pokok masyarakat karena memiliki tingkat karbohidrat yang tinggi. Dibuat dari tepung terigu, ragi, gula, garam, *emulsifier*, margarin, gelatin, krim, susu dan air serta ditambahkan dengan isian yang sangat bervariasi yang dibuat dengan berbagai metode ataupun cara yang tepat. Mengonsumsi roti sudah menjadi alternatif pengenyang perut di berbagai kalangan masyarakat karena harga yang dibandrol juga relatif mudah dijangkau masyarakat Kota Batam, selain itu roti dapat mengganjal bahkan mengenyangkan perut untuk sementara waktu.

Peningkatan produksi roti Kota Batam per minggu dapat dari data Badan Pusat Statistik (BPS 2018-2021), dimana produksi roti di Kota Batam per minggu mengalami peningkatan yang lumayan signifikan per tahunnya. Data jumlah produksi roti di Kota Batam dapat diperhatikan pada Tabel 1.1

**Tabel 1.1** Data Produksi Roti di Kota Batam Tahun 2018-2021 (Per Minggu)

<b>Tahun</b>	<b>Roti tawar/pcs</b>	<b>Roti manis, roti lainnya/pcs</b>
2018	721 pcs	7.298 pcs
2019	893 pcs	8.121 pcs
2020	781 pcs	7.914 pcs
2021	1.028 pcs	7.289 pcs

**Sumber:** BPS 2018-2021

Berdasarkan Tabel 1.1 dijelaskan bahwa tingkat konsumsi roti di Indonesia untuk jenis roti tawar pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan 23,9% atau 172 potong roti dan untuk jenis roti manis mengalami peningkatan sebesar 11,3% atau sekitar 823 potong. Pada tahun 2019-2020 konsumsi roti tawar menurun sebesar -12,5% atau sekitar 112 potong, dan roti manis menurun sebesar -2,5% atau -204 potong. Selanjutnya pada tahun 2020-2021, terjadi kenaikan sebesar 31,6% atau sebesar 247 potong namun pada roti manis, atau roti lainnya menurun sebesar -7,9% atau -625 potong.

PT Roti Garuda Kencana ialah perusahaan yang memproduksi roti di kota Batam yang berdiri sejak pertengahan tahun 2019. PT Roti Garuda Kencana beroperasi di Komplek Union Industrial Park Lantai 1 Blok H No.10, Tj.

Sengkuang, Kec. Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau. PT Roti Garuda Kencana menyajikan berbagai roti lembut dengan beragam isian yang beragam seperti coklat, blueberry, kacang merah, srikaya, vanilla, keju, sosis hingga abon. Bentuk roti juga beragam mulai dari roti satuan, roti tawar bantal, roti sobek isi 6 pcs, hingga donut.

**Tabel 1.2** Data Penjualan PT Roti Garuda Kencana Tahun 2019-2021

DATA PT ROTI GARUDA KENCANA					
NAMA	2019 (pcs)	2020 (pcs)	%	2021 (pcs)	%
Roti Satuan	22,145	13,357	-40%	30,524	56%
Roti Sobek 6 pcs	4,606	2,038	-56%	6,192	67%
Roti Tawar Bantal	31	24	-23%	82	71%
Donut	8,006	2,212	-72%	8,146	73%
TOTAL	34,788	17,631	-49%	44,944	61%

**Sumber:** PT Roti Garuda Kencana Tahun 2019-2021

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas merupakan data penjualan produk PT Roti Garuda Kencana, penjualan pada tahun 2019 hingga 2020 mengalami penurunan total sebesar (-49%) sekitar 17.157 potong aneka roti yang kemudian diikuti pada tahun 2020 hingga 2021 mengalami kenaikan total sebesar (+61%) atau sekitar 27.313 potong roti. Menurut penelitian (Sihotang 2020), penurunan dan kenaikan volume penjualan dipengaruhi oleh inovasi produk yang dilakukan, kualitas produk yang diciptakan hingga saluran distribusi yang dilaksanakan sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan. Hal ini tidak bisa dibiarkan terus begitu saja. Maka dari itu PT Roti Garuda Kencana harus merubah strategi dan terus meningkatkan kinerja pemasarannya.

Dalam meningkatkan kinerja pemasarannya, PT Roti Garuda Kencana memperbarui ragam jenis roti dan mempertahankan kualitasnya serta menjaga saluran distribusi produknya bisa sampai ke tangan konsumen lebih mudah dan cepat sehingga konsumen dapat menentukan keputusan membeli produk PT Roti Garuda Kencana. Keputusan pembelian adalah serangkaian proses yang terjadi saat pra pembelian, pemakaian, hingga evaluasi setelah pembelian. Dalam proses pembelian, terdapat hal yang menentukan pembeli memilih barang. Salah satu aspek yang berpengaruh pada keputusan pembelian adalah aspek inovasi produk demi menarik minat konsumen sehingga produk dapat dijual.

Inovasi produk merupakan hal yang dinilai dari mata pelanggan. Inovasi terhadap produk dinilai dapat menghilangkan kejenuhan pada opsi-opsi produk yang kurang bervariasi atau tidak mempunyai keunikan sehingga mampu menjaga keberlangsungan hidup bisnisnya (Chandra Utama, Arista, and Raharjo 2019). Inovasi produk terus menerus berkembang jika dilaksanakan perubahan yang konsisten, tidak kaku, bernuansa modern dan trendi (Almira and Sutanto 2018). Seiring bergantinya zaman serta selera konsumen yang terus berevolusi, pelanggan lebih paham dalam memilih produk apa yang dapat memuaskan keinginan pelanggan. PT Roti Garuda kerap memproduksi produk roti dengan rasa baru tetapi produknya hanya mampu bertahan dalam beberapa kurun waktu.

**Tabel 1.3** Data Wawancara akan Inovasi Produk PT Roti Garuda Kencana

<b>Hasil Wawancara atas Inovasi Produk PT Roti Garuda Kencana</b>	
<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Responden</b>
Sangat Menarik	3
Menarik	9
Biasa Saja	5
Kurang Menarik	15
Sangat Tidak Menarik	3

**Sumber:** Wawancara konsumen PT Roti Garuda Kencana Tahun 2022

Berdasarkan tabel 1.3, terhadap 35 konsumen PT Roti Garuda Kencana, terdapat 12 dari 35 responden (35%) yang tertarik akan inovasi produk yang dibawakan oleh produk PT Roti Garuda Kencana. Namun ada sekitar 18 dari 35 (51%) yang menyatakan bahwa inovasi produk yang dilakukan PT Roti Garuda Kencana tidak menarik. Sedangkan sisanya 14% atau sekitar 5 konsumen menyatakan bahwa inovasi produk yang dilakukan PT Roti Garuda Kencana biasa saja. Hal ini disebabkan oleh variasi rasa yang ditawarkan juga tidak terlalu berbeda dengan produk yang sudah ada, tidak ada keunikan yang signifikan jika dibandingkan dengan brand lain, inovasi produk yang tidak disertai dengan tren yang sedang berjalan sehingga mengakibatkan PT Roti Garuda Kencana harus menarik kembali jenis produk tersebut. Contoh produknya adalah roti satuan abon goreng, bolu moka, bola sunkist, *chocolate ladies*.

Selain dari aspek inovasi produk, kualitas produk juga mempengaruhi keputusan pembelian produk oleh pelanggan. Kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam keputusan pembelian, Bagusnya mutu produk telah menjadi kewajiban perusahaan yang ingin bertahan dan bersaing di tengah

persaingan pasar kalau ingin mempertahankan konsumen yang dimilikinya (Sihotang 2020). Konsumen akan membeli produk dengan mutu terbaik yang sesuai dengan kriteria dan mampu memenuhi keinginan mereka. (Marantika and Sarsono 2020)

**Tabel 1.4** Data Wawancara akan Kualitas Produk PT Roti Garuda Kencana

<b>Hasil Wawancara atas Kualitas Produk PT Roti Garuda Kencana 35 responden</b>	
<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Responden</b>
Sangat Enak	0
Enak	10
Biasa Saja	15
Kurang Enak	10
Sangat Tidak Enak	0

**Sumber:** Responden konsumen produk PT Roti Garuda Kencana Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 menjelaskan bahwa dari 35 responden, terdapat 28% atau 10 responden yang menyatakan bahwa produk PT Roti Garuda Kencana “Enak”, sedangkan 42% atau 15 responden menyatakan bahwa kualitas produk PT Roti Garuda Kencana itu “Biasa Saja”, namun sekitar 28% atau 10 responden menyatakan bahwa produk PT Roti Garuda Kencana “Kurang Enak”. Hal ini disebabkan oleh kualitas produk yang dipasarkan oleh PT Roti Garuda Kencana masih tergolong tidak konsisten. Ada beberapa produk yang kualitasnya menurun dikarenakan beberapa faktor seperti kenaikan harga pokok produksi. Kenaikan

harga pokok bahan baku menjadi pertimbangan apakah perusahaan menaikkan harga produknya atau menurunkan kualitas produknya.

Perusahaan selain menjaga kualitas yang bermutu dan melakukan inovasi juga perlu meningkatkan kinerjanya pada saluran distribusi seperti waktu pengiriman yang cepat, produk yang gampang ditemui, serta pelayanan yang baik oleh staf yang ada di outlet PT Roti Garuda Kencana. Saluran distribusi ialah saluran yang difungsikan oleh produsen sebagai alat penyalur barang dari pihak produsen sampai ke pihak konsumen atau pengguna (Gadi and Iskandar 2020).

**Tabel 1.5** Data Kelemahan Saluran Distribusi Produk PT Roti Garuda Kencana

<b>Kekurangan Pada Saluran Distribusi PT Roti Garuda Kencana</b>	
<b>No</b>	<b>Keterangan</b>
1	Sistem manajemen pergudangan tidak efisien
2	Tidak mengukur kemampuan manajemen
3	Mesin tidak memadai, sering rusak
4	Kendala terhadap supir dan kendaraan

**Sumber :** Wawancara Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 1.5 dapat diketahui bahwasannya terdapat beberapa kekurangan pada saluran distribusi produk yang dialami oleh PT Roti Garuda Kencana. Sistem manajemen pergudangan yang tidak efisien menyebabkan pengontrolan dalam stok yang tidak sesuai dengan *real-time* padahal produk PT Roti Garuda Kencana merupakan produk yang termasuk *Fast Moving Product* (Perputaran Produk Cepat) akan relatif mengambil opsi saluran distribusi tidak langsung dengan cara menitipkannya pada outlet-outlet PT Roti Garuda Kencana

yang ada di kota Batam, kekurangan dalam pengukuran kemampuan manajemen PT Roti Garuda Kencana, mesin produksi roti yang tidak memadai, serta kendala terhadap supir membuat penyaluran produk kepada konsumen menjadi penghambat sehingga konsumen memilih untuk membeli produk lain.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan dengan melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT Roti Garuda Kencana Kota Batam”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Maka dari latar belakang sebelumnya dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa produk seperti roti abon goreng, bolu moka, bolu sunkist, chocolate ladies, tidak dipasarkan lagi.
2. Kualitas produk PT Roti Garuda Kencana masih kurang konsisten baik.
3. Saluran distribusi yang kurang dalam pemasaran produk PT Roti Garuda Kencana.
4. Volume penjualan produk PT Roti Garuda Kencana di PT Roti Garuda Kencana pada setiap tahun mengalami peningkatan dan penurunan.

## **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas di atas maka masalah yang akan dibatasi ialah, seperti berikut:



1. Variabel dalam penelitian hanya meliputi pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.
2. PT Roti Garuda Kencana menjadi objek pada penelitian ini.
3. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Bakery Coffee Town pada PT Roti Garuda Kencana kecamatan Lubuk Baja periode Agustus-September 2022

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang telah dinyatakan di atas, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk roti di PT Roti Garuda Kencana yang ada di Kota Batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk roti di PT Roti Garuda Kencana yang ada di Kota Batam?
3. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk roti di PT Roti Garuda Kencana yang ada di Kota Batam?
4. Adakah inovasi, kualitas produk dan saluran distribusi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di PT Roti Garuda Kencana di Kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan yang telah dipilih oleh peneliti, maka disusunlah tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap keputusan pembelian produk di PT Roti Garuda Kencana Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di PT Roti Garuda Kencana Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk di PT Roti Garuda Kencana Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi, kualitas produk serta saluran distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di PT Roti Garuda Kencana Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Terdapat sebagian fungsi dan manfaat dari penelitian yang dilakukan, yaitu sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Dapat difungsikan sebagai tambahan wawasan, referensi ataupun perbandingan dengan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh inovasi, kualitas produk serta saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk di PT Roti Garuda Kencana Kota Batam.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Untuk Peneliti

Bermanfaat untuk menambah wawasan dan menjadi referensi pribadi bagi peneliti atas apa yang telah dipelajari dan dilaksanakan di lingkungan masyarakat.

2. Untuk Perusahaan

Sebagai panduan untuk pengambilan kebijakan perusahaan di masa kemudian dan perusahaan bisa mengetahui strategi apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan manajemen pemasarannya.

3. Untuk Universitas Putera Batam

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai dokumen akademik yang berguna sebagai acuan dalam civitas akademika.

4. Untuk Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi untuk penelitian penelitian yang berkaitan dengan manajemen pemasaran yang mempunyai variabel inovasi produk, kualitas produk dan saluran distribusi.