

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pangan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia, karena itulah industri pangan selalu tumbuh dan berkembang secara alami di suatu negara dalam rangka memenuhi kebutuhan pokok bagi populasi yang selalu tumbuh (Hariyadi 2010). Kebutuhan akan pangan yang terus menerus merupakan sebuah peluang bagi pelaku bisnis pada industri tersebut. Sub bidang dalam industri pangan sendiri beraneka ragam dari mulai makanan berat hingga ringan, dari yang umum hingga khas. Bisnis makanan khas daerah adalah salah satu bidang yang marak diusahakan, contohnya adalah bakpia.

Bakpia adalah makanan yang dibuat dari campuran kacang hijau sebagai isinya yang dibalut dengan kulit dari tepung terigu yang dicetak bulat dan dipanggang. Seiring berkembangnya zaman, isi bakpia telah diinovasi menjadi berbagai rasa dan variasi yang lebih beragam. Saat ini di kota Yogyakarta banyak produk bakpia bermunculan dengan menawarkan berbagai merek dan kualitas beragam (Prasidya 2014).

Bakpia diadopsi dari makanan khas Cina dengan nama asli “Tau Luk Pia”. Kue ini pertama kali diproduksi di Tamansari Yogyakarta pada tahun 1940-an. Pada zaman dahulu, penduduk Yogyakarta yang mayoritasnya beragama Islam mengubah isian resep Bakpia yang merupakan daging babi menjadi kacang hijau. Dan kini, jenis isian bakpia ada yang dikembangkan dengan beraneka macam rasa (Gardjito & Ardanareswari 2016).

Yogyakarta merupakan kota yang terkenal sebagai kota pelajar, pariwisata serta sentra industri yang sering dikunjungi wisatawan baik dari domestik maupun manca negara. Sebagai obyek rekreasi, Yogyakarta dapat menyuguhkan keteguhan adat istiadat *Kasultanan Ngayogyakarta* dan keunikan budaya Jawa yang mampu menarik perhatian publik sebagai kota tujuan wisata budaya unggulan di Indonesia dan mampu mendorong perkembangan industri kecil dan menengah dengan pertumbuhan industri-industri kreatif di dalamnya (Yuli 2011).

Sebagai kota wisata, wajar adanya bila pertumbuhan industri kuliner menjamur di kota ini. Yogyakarta memiliki beraneka macam kuliner yang khas seperti *gudheg*, *geplak* dan *yangko*. Oleh-oleh khas yang paling terkenal dari Yogyakarta adalah *bakpia*. Industri kuliner *bakpia* di Yogyakarta terus berkembang dan memiliki persaingan yang ketat. Dalam kota Yogyakarta sendiri telah banyak berdiri produsen *bakpia* sebagai contohnya adalah *Bakpia Patuk 75*, *Bakpia Pathok 25*, *Bakpia 145*, *Bakpia Kurnia Sari*, *Bakpia Citra* dan lain sebagainya. Produsen *bakpia* tradisional merupakan produsen yang merintis bisnis *bakpia* sejak lama di Yogyakarta.

Industri *bakpia* tradisional di Yogyakarta dimulai sejak tahun 1980-an yang saat itu dipelopori oleh *Bakpia Patuk 75* dan *Bakpia Pathok 25*. Pada masa itu, mulai banyak produsen *bakpia* yang memberi merek sesuai dengan nomor rumah, hingga mencapai kepopuleran pada tahun 1992-an. Industri *bakpia* terus berkembang hingga saat ini dengan semakin maraknya merek – merek baru yang diciptakan. Dengan kisaran harga jual Rp 45.000 hingga Rp 60.000,

produk bakpia yang ditawarkan pun sudah memodifikasi berbagai rasa lain selain kacang hijau seperti coklat, keju hingga greentea. Hal ini menciptakan persaingan yang ketat antara produsen – produsen bakpia tradisional yang berada di Yogyakarta.

Selain persaingan ketat yang terjadi antara perusahaan bakpia tradisional di Yogyakarta, kini juga mulai marak produk modifikasi kue bakpia sebagai contoh adalah Bakpia Kukus Tugu Jogja yang baru didirikan pada Juni 2017. Outlet pertaman Bakpia Kukus didirikan di JL. Kaliurang Km 5,5, Sleman. Dengan munculnya *brand* Bakpia Kukus Tugu Jogja, hal tersebut otomatis menambah persaingan dalam industri bakpia di Jogja.

Produk bakpia yang ditawarkan oleh Bakpia Kukus Tugu Jogja, sesuai namanya yaitu bakpia kukus. M Faizal Chaniago dari GM Grup Agronesia Raya yang merupakan induk perusahaan Bakpia Kukus Tugu Jogja, mengklaim bahwa bakpia yang diproduksi lain daripada yang lain. Hal tersebut dikarenakan proses pembuatan bakpia yang biasanya dioven atau dipanggang diinovasi dengan mengukus bakpia. Sedangkan untuk isiannya, Bakpia Kukus menggunakan isian berupa pasta dengan berbagai rasa seperti coklat, keju, kacang hijau dan kacang merah. Harga bakpia kukus per boks berkisar antara 30 hingga 40 ribu rupiah.

Masing – masing produsen bakpia tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan. Untuk kelebihan dari produsen bakpia tradisional adalah merek – merek mereka telah memiliki reputasi yang kuat seiring dengan lamanya mereka berkecimpung di bidang bakpia, sehingga telah memiliki konsumen

tetap atau bahkan konsumen potensial yang mengetahui merek tersebut dari berbagai sumber informasi. Selain itu bakpia tradisional memiliki tekstur yang lebih kasar dibanding dengan bakpia kukus, namun bakpia tradisional memiliki tingkat keawetan lebih lama daripada bakpia kukus. Kekurangan lainnya adalah produsen bakpia tradisional masih berpedoman dengan resep tradisional dengan sedikit inovasi pada rasa. Sehingga bakpia yang diproduksi pada dasarnya sama, namun terdapat banyak perbedaan pada rasa isian yang diciptakan.

Bakpia Kukus Tugu Jogja melakukan banyak inovasi pada produk bakpiannya. Inovasi tersebut di antaranya adalah varian rasa yang ditawarkan antara lain coklat, keju dan kacang hijau. Tekstur dari Bakpia Kukus Tugu Jogja juga lebih halus dan empuk seperti bolu. Dalam pengemasannya, Bakpia Kukus dikemas dalam boks pipih dengan aksen identitas Jogja yakni blangkon dan batik berisikan sepuluh buah bakpia. Bakpia Kukus memiliki tingkat keawetan yang lebih rendah dibanding bakpia tradisional, sehingga bakpia kukus dikemas lagi per buahnya dalam plastik bersama gel silica agar bakpia kukus bisa tahan beberapa waktu lebih lama.

Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut bakpia akan menentukan seberapa besar komoditi tersebut dapat diterima oleh konsumen (Sungkawa *et al* 2015). Menurut Kotler (2001) atribut produk merupakan karakteristik suatu produk yang berfungsi sebagai atribut evaluatif selama pengambilan keputusan dimana atribut tersebut tergantung pada jenis produk dan tujuannya.

Pelaku pemasaran perlu mengerti alasan pada sikap ini, terutama pada atribut yang diinginkan konsumen seperti pada tipe ciri dan tipe manfaat.

Dengan masuknya Bakpia Kukus Tugu Jogja bersama inovasi barunya ke pasar bakpia di Yogyakarta, membuat konsumen memiliki lebih banyak pertimbangan dalam membeli produk bakpia. Oleh karenanya dibutuhkan penelitian untuk mengetahui apakah inovasi baru yang menjadi atribut Bakpia Kukus Tugu Jogja menjadi preferensi konsumen dalam membeli produk bakpia yang akan dibeli, sehingga dapat dijadikan acuan bagi produsen bakpia dalam menghasilkan produk bakpia yang sesuai dengan keinginan konsumen bakpia.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen Bakpia Kukus Tugu Jogja dan Bakpia Tradisional.
2. Menganalisis produk Bakpia Kukus Tugu Jogja dan Bakpia Tradisional yang menjadi preferensi konsumen.
3. Menganalisis atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian Bakpia Kukus Tugu Jogja dan Bakpia Tradisional.

C. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Informasi dan bahan masukan bagi produsen dalam menetapkan strategi yang berkaitan dengan pengembangan produk yang tepat sesuai dengan preferensi konsumen pasar sasaran.
2. Sebagai rujukan bagi para pelaku pemasaran bakpia dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan fenomena perilaku konsumen bakpia saat ini.
3. Materi rujukan atau referensi untuk pembuatan kebijakan bagi pemerintah terkait, khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang dapat mendukung peningkatan daya saing bakpia.
4. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perbendaharaan penelitian lainnya, khususnya yang berkaitan erat dengan masalah perilaku konsumen dan pemasaran bakpia dengan masalah perilaku konsumen dan pemasaran bakpia.