

## Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Diversifikasi Produk Pada Roti Aoka Cabang Medan

Arta Yesaro Sinaga<sup>1</sup>, Hotma Liana Siagian<sup>2</sup>, Putri Salma Dinna<sup>3</sup>, Zulkarnainsiregar<sup>4</sup>,  
Imamulkhaira<sup>5</sup>

Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

sinagayesaroartha@gmail.com<sup>1</sup>, siagianliana7@gmail.com<sup>2</sup>, putrisalmadinna0379@gmail.com<sup>3</sup>  
Zulkarnainsiregar@unimed.ac.id<sup>4</sup>, imamulkhaira@unimed.ac.id<sup>5</sup>

Informasi Artikel	Abstract
E-ISSN : 3026-6874 Vol: 2 No: 6 Juni 2024 Halaman : 489-494	PT Indonesia Bakery Family is one of the companies that produce "Bread" products. This company produces bread which is often known as "AOKA". The purpose of this study is to identify the factors that influence product diversification at PT. Indonesian Bakery Family Medan Branch. PT Indonesian Bakery Family offers various product variants with various flavors. In addition to product variants and flavors, this product also produces quality products that suit consumer tastes at affordable prices. By using data collection and observation, the author seeks to understand what factors influence product diversification at PT. Indonesian Bakery Family Medan Branch. In this case, it also explores factors that affect consumers such as consumer preferences, product innovation and also competition that occurs in the market share. Thus this research is expected to provide a new view in designing other product diversification strategies so that they can survive in the market world.
<b>Keywords:</b> <i>Bread</i> <i>PT. Indonesian Bakery Family Medan Branch</i> <i>Factors of Product Diversification</i>	

### Abstrak

PT. Indonesia Bakery Family merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi produk "Roti". Perusahaan ini memproduksi roti yang sering dikenal dengan nama "AOKA". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi diversifikasi produk pada PT. Indonesia Bakery Family Cabang Medan. PT. Indonesia Bakery Family menawarkan berbagai varian produk dengan varian rasa yang beragam. Selain varian produk dan juga rasa, produk ini juga menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan selera konsumen dengan harga yang terjangkau. Dengan menggunakan kumpulan data dan observasi, penulis berusaha untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi diversifikasi produk pada PT. Indonesia Bakery Family Cabang Medan. Dalam hal ini juga mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen seperti preferensi konsumen, inovasi produk dan juga persaingan yang terjadi dalam pangsa pasar. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan baru dalam merancang strategi diversifikasi produk yang lainnya sehingga dapat bertahan dalam dunia pasar.

**Kata Kunci** : Roti, PT. Indonesia Bakery Family Cabang Medan, Faktor-faktor Diversifikasi Produk.

### PENDAHULUAN

Roti Aoka merupakan produk yang diproduksi oleh PT. Indonesia Bakery Family pada tahun 2017 dan beroperasi secara keseluruhan pada tahun 2021. Pilihan Roti Aoka sangat bervariasi mulai dari beragam rasa, harga yang murah dan terjangkau. Untuk harganya sendiri berkisar dari Rp. 2000-Rp.2500 dengan rasa dari buah-buahan, keju, dan coklat. Roti Aoka sendiri juga dapat bertahan dimasa pandemi hingga saat ini dan memperoleh *sustainability* yang sangat baik, dengan hal itu menjadi Roti Aoka menjadi *Top Brand* kategori roti pada tahun 2022.

Roti Aoka Cabang Medan merupakan salah satu cabang roti yang telah dikenal luas di kawasan kompleks MMTc Medan. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, diversifikasi produk menjadi strategi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi diversifikasi produk pada Roti Aoka Cabang Medan menjadi hal yang sangat relevan untuk diteliti.

Diversifikasi produk merupakan salah satu yang digunakan dalam menciptakan strategi serta berbagai produk yang unik dan yang menarik minat konsumen. Dengan tujuan agar kerugian yang dialami produk tersebut bias ditutupi oleh produk yang lain dan mempunyai keuntungan maupun laba. Dengan adanya diversifikasi produk, diharapkan akan meningkatkan maupun menaikkan penjualan produk pada pasar baru sehingga dapat menciptakan produk yang baru serta beragam (Anggraeni,2014).

Menurut Sari (2017) mengatakan bahwa diversifikasi adalah salah satu jenis strategi dimana perusahaan tersebut melakukan peningkatan profabilitas dari adanya penjualan barang baru ataupun pasar baru. Nijman (1997) mengatakan juga diversifikasi sebagai adanya beberapa komponen manajemen dari produk atau layanan itu sendiri sebagai bentuk pengembangan dan perluasan dari produk barang atau jasa yang disediakan oleh industri dan mengacu pada berbagai segmen baik dari dimensi, kuantitas, maupun warna.

Diversifikasi produk merupakan upaya perusahaan untuk mengembangkan beragam produk baru atau variasi produk yang sudah ada guna memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan diversifikasi produk dapat berasal dari berbagai aspek, seperti tren pasar, permintaan konsumen, inovasi produk, persaingan industri, dan strategi pemasaran.

Selain itu juga ada beberapa permasalahan yang terjadi pada Roti Aoka cabang MMTC Medan diantaranya stock yang terbatas karena tidak memiliki pabrik yang sesuai dengan standart yang ada sehingga hal tersebut dapat membuat adanya kekurnagan stock bagi para pengecer mapun distributor khususnya daerah Medan. Varian produk di cabang MMTC Medan belum semua, karena masih mengandalkan dan memesan dari perusahaan inti di Bandung. Selain itu juga para karyawan di cabang Medan ini sendiri belum memiliki kendaraan sendiri untuk memasarkan produknya sehingga hal tersebut menjadi permasalahan.

Dan terakhir secara keseluruhan masih banyak yang belum terdatas secara valid toko-toko kecil atau pengecer yang mengambil produk Roti Aoka, sehingga tidak pasti berapa pihak yang bekerja sama dengan Roti Aoka Cabang Medan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk adalah salah satu bentuk strategi maupun taktik dari suatu industri produk atau jasa dalam segi kemasan, kegunaan, jenis, yang sesuai dengan kebutuhan kegunaan para konsumen, dengan tujuan untuk meningkatkan profitabilitas dan tujuan dari industri itu sendiri.

Diversifikasi produk juga sebagai bentuk dari proses pengembangan dan strategi produk industri yang leboh fleksibel tanpa mengandalkan jenis produk. Dalam konteks Roti Aoka Cabang Medan, faktor-faktor yang mempengaruhi diversifikasi produk dapat melibatkan pertimbangan terkait dengan preferensi konsumen lokal, tren konsumsi masyarakat, ketersediaan bahan baku, dan strategi pengembangan bisnis perusahaan. Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat merancang strategi diversifikasi produk yang tepat dan relevan dengan pasar yang akan dituju.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Roti Aoka Cabang MMTC Medan dalam melakukan diversifikasi produk. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman tentang strategi diversifikasi produk dalam konteks industri roti, khususnya di kawasan Medan.

Melalui penelitian ini, diharapkan akan terungkap faktor-faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan strategi diversifikasi produk Roti Aoka Cabang Medan, sehingga dapat memberikan panduan yang berguna bagi perusahaan sejenis dalam mengoptimalkan portofolio produk tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan yang kuat dalam pengembangan bisnis dan pemasaran produk Roti Aoka Cabang Medan.

## METODE

Metode penelitian disini menggunakan metode kualitatif, dimana para peneliti melakukan observasi maupun wawancara dengan para pelaku usaha Roti Aoka Cabang Medan. Penelitian ini telah dilaksanakan pada tanggal 05 Juni 2024. Dalam hal ini peneliti menggunakan 10 sampel yang masing-masing adalah pihak toko- toko yang akan menjual kembali produk Roti Aoka ini. Pendekatan kualitatif merupakan salah satu pendekatan yang sering diterapkan pada suatu topik penelitian sebagai salah satu instrumen penelitian utama. Hasil pendekatan tersebut langsung dideskripsikan dalam bentuk tertulis dengan menggunakan data empiris yang dikumpulkan pas observasi dan menekankan pada suatu artian daripada generalisasinya (Sugiyono, 2016). Penelitian ini merujuk kepada kenyataan - kenyataan yang berhubungan dengan analisis faktor-faktor diversifikasi produk pada Roti Aoka Cabang Medan dalam pengembangan usaha tersebut. Metode pengumpulan informasi dalam penelitian ini didapatkan dari sumber informasi utama dimana dalam hal ini adalah Roti Aoka Cabang Medan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengambilan data secara langsung dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak terkait seperti para pelaku usaha roti AOKA Cabang Medan. Yang dilakukan peneliti dengan tujuan untuk mendapatkan hasil data terkait permasalahan yang di teliti. Adapun data yang ingin diketahui yaitu terkait Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Diversifikasi Produk Pada Roti Aoka Cabang Medan.

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

#### 1. Profil Perusahaan

PT. Indonesia Bakery Family berdiri pada tahun 2017, PT. Indonesia Bakery Family adalah perusahaan PMA Tiongkok, perusahaan ini adalah perusahaan baru yang bergerak dibidang makanan. Khususnya memproduksi roti. Produk dari perusahaan ini tentu sangat berbeda dengan perusahaan lain yang sudah berkembang di Indonesia, dengan mengunggulkan mutu dan standarisasi untuk produksi makanan. Selain mutu, produk roti dari perusahaan ini juga sangat terjaga kualitasnya dari kebersihan tempat produksi dan lingkungan sekitar pabrik. Lokasi pabrik Roti Aoka ada di Bandung tepatnya Jl. Raya Sapan No. 50, Tegalluar, Kec. Bojongsoang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40287.

PT. Indonesia Bakery Family ini juga memproduksi dan memberikan banyak Pilihan Roti Aoka yang sangat bervariasi mulai dari beragam rasa, harga yang murah dan terjangkau. Untuk harganya sendiri berkisar dari Rp. 2000- Rp.2500 dengan rasa dari buah-buahan, keju, dan coklat. Selain itu Roti Aoka sendiri juga dapat bertahan dimasa pandemi hingga saat ini dan memperoleh *sustainability* yang sangat baik, dengan hal itu menjadi Roti Aoka menjadi *Top Brand* kategori roti pada tahun 2022.

Produksi roti Aoka pada cabang Medan belum ada sehingga cabang Medan memperoleh roti Aoka dari pusatnya langsung yaitu pada kota Bandung. Proses pengiriman produk roti Aoka dikirim melalui container yang nanti nya akan dipasarkan oleh cabang medan. Namun berdasarkan wawancara dengan Manajer roti Aoka cabang Medan, beliau mengatakan bahwasannya untuk cabang Medan akan dibangun pabrik pembuatan roti Aoka pada bulan Agustus 2024 mendatang. Hal ini dilakukan karena banyak nya permintaan roti Aoka pada cabang Medan dan juga sering terjadi nya kehabisan stock sementara permintaan di lapangan sedang meningkat. Selain itu alasan lainnya adalah proses pengiriman dari pusat (Bandung) memakan waktu 1 minggu untuk satu kali pengantaran, hal inilah yang menjadi salah satu pertimbangan untuk pembukaan pabrik produksi roti Aoka cabang Medan.

Diketahui rumah produksi dari Roti Aoka ini berada di kota Bandung. Namun semua varian Roti Aoka bisa di dapatkan di banyak daerah yang ada di Indonesia. Dengan kata lain Roti Aoka ini

mempunyai pangsa pasar yang luas. Salah satu kota yang memasarkan produk Roti Aoka adalah di kota Medan. Kegiatan pemasaran dan penjualan produk Roti Aoka dilakukan oleh beberapa pelaku usaha yang berjual seperti warung kelontong atau beberapa toko jajan sejenis. Roti Aoka Cabang Medan merupakan salah satu cabang roti yang telah dikenal luas di kawasan kompleks MMTC Medan.

Lokasi yang menjadi pusat distribusi Roti Aoka di kota medan sendiri berada di salah satu kompleks MMTC. Dari Lokasi inilah para pelaku usaha yang ingin menjual produk Roti Aoka bisa membeli Roti Aoka secara langsung. Bukan hanya pembelian secara langsung ke tempat distribusi, pihak Roti Aoka juga memberikan sistem Kerjasama dengan para pelaku usaha yang menjual Roti Aoka, yaitu dengan sistem penitipan roti di toko atau warung-warung. Roti Aoka akan dititipkan dengan berbagai varian rasa dan Roti Aoka yang belum laku terjual bisa dilakukan sistem Return. Ketika Roti tidak habis terjual maka pihak Roti Aoka akan melakukan Return dalam beberapa waktu sesuai dengan ketahanan Roti tersebut.

PT. Indonesia Bakery ini sendiri menciptakan berbagai varian rasa dari Roti Aoka yang di produksi. Jadi Roti Aoka tersebut mempunyai banyak pilihan rasa. Namun terkhusus daerah Medan sendiri jenis dan pilihan varian rasa dari Roti Aoka tersebut tidak seberagam pilihan rasa di daerah produksi di Bandung dan Jakarta. Sesuai dengan data yang di dapat di lapangan, varian rasa pada Roti Aoka di kota medan hanya sedikit yaitu rasa coklat, Hal ini sangat tidak sesuai dengan banyaknya jumlah peminat Roti Aoka di kota medan.

### Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk merupakan suatu strategi, atau usaha pengembangan produk dengan menciptakan, menambah, atau menganeekaragamkan produk guna meningkatkan penjualan yang menghasilkan pertumbuhan profitabilitas bagi Perusahaan. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, diversifikasi produk menjadi strategi penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi diversifikasi produk pada Roti Aoka Cabang Medan menjadi hal yang sangat relevan untuk diteliti. Seperti yang sudah di paparkan pada penjelasan mengenai varian rasa dari Roti Aoka yang diproduksi oleh PT. Indonesia Bakery Family.

**Tabel 1 Daftar Produk PT. Indonesia Bakery Family**

No.	Nama Produk	Price/Pcs
<b>Roti Panggang 65g</b>		
1.	Coklat	Rp. 3.000,-
2.	Vanila	Rp. 3.000,-
3.	Keju	Rp. 3.000,-
4.	Strawberry	Rp. 3.000,-
5.	Nanas	Rp. 3.000,-
6.	Durian	Rp. 3.000,-
7.	Blueberry	Rp. 3.000,-
8.	Pandan	Rp. 3.000,-
<b>Roti Gulung Aoka 60g</b>		
1.	Coklat	Rp. 2.500,-
2.	Keju	Rp. 2.500,-
3.	Kelapa	Rp. 2.500,-
<b>Roti Aoka Momotaro 45g</b>		
1.	Coklat	Rp. 2.500,-
2.	Original	Rp. 2.500,-
3.	Kelapa	Rp. 2.500,-

Penjelasan pada tabel diatas merupakan jenis varian-varian rasa Roti Aoka yang di produksi oleh PT. Indonesia Bakery Family. Namun di daerah Medan varian rasa yang di pasarkan oleh cabang Roti

Aoka tidak selengkap dan tidak semuanya ada seperti yang terdapat di tabel. Ada beberapa varian rasa yang tidak disediakan Roti Aoka Cabang Medan yaitu pada jenis Roti Aoka Panggang dengan varian rasa yang tersedia yaitu rasa Coklat, Keju, Pandan. Hanya tersedia 3 rasa dari 8 rasa yang diproduksi di kota asal Bandung. Hal ini menjadi sebuah permasalahan bagi Roti Aoka cabang Medan karena tidak dapat memenuhi varian rasa yang sama dengan dari tempat asalnya.

Untuk mengatasi permasalahan atau kendala yang dihadapi oleh Roti Aoka Cabang Medan. Maka hal yang dapat membantu penyelesaian permasalahan dan kendala tersebut adalah dengan cara melakukan dan menggunakan strategi Diversifikasi Produk untuk produk Roti Aoka cabang Medan. Pengertian Diversifikasi produk merupakan sebuah strategi pemasaran yang dilakukan dengan tujuan untuk pengembangan produk dengan cara menciptakan, menambahkan, ataupun menambah keanekaragaman sebuah produk guna meningkatkan penjualan dan mempertahankan pangsa pasar serta kepuasan pelanggan. Strategi Diversifikasi produk ini sudah selayak dan sepentasnya dilakukan oleh PT. Indonesia Bakery Family. Untuk membantu menambah varian rasa dari Roti Aoka pada Cabang Medan. Bukan hanya pada sisi penambahan varian roti aoka saja Diversifikasi produk bertujuan untuk menjaga kepuasan para pelanggan yang mengkonsumsi Roti Aoka. Bagaimana jika para pelanggan merasa bosan dengan varian rasa yang hanya tersedia 3 rasa dari jenis roti panggang. Sedangkan pelanggan ingin merasakan varian rasa lain dari roti panggang Aoka.

### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Diversifikasi Produk Roti Aoka**

Dalam dunia industri, para pebisnis butuh sebuah strategi untuk mempertahankan pangsa pasar produk mereka dalam dunia usaha. Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar dan juga untuk meningkatkan volume penjualan. Lewat diversifikasi produk industri bisa kurangi kemampuan dari industri lain terhadap produknya, sebab dengan terdapatnya diversifikasi produk bisa menciptakan bahan-bahan yang inovatif ataupun kreatif, sehingga pesaing susah untuk memahami produk di pasaran (Fazira, Ira, 2023).

Pentingnya melaksanakan diversifikasi produk pada PT. Indonesia Bakery Family agar perusahaan dapat menyediakan produk baru serta varian produk yang beragam sehingga dapat menarik minat calon konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Berikut ini ada beberapa indikator Diversifikasi Produk pada PT. Indonesia Bakery Family Cabang Medan dalam riset ini adalah :

#### **a. Selera konsumen**

Faktor utama dalam menentukan kesuksesan bisnis terdapat pada produknya. Dalam menentukan jenis produknya pastinya akan dilakukan riset terdahulu terkait dengan selera yang diinginkan calon konsumen. Pemilik perusahaan harus dapat meneliti preferensi pelanggan dan permintaan pasar hal ini didasarkan adanya suatu kelebihan pada produk tersebut yang tidak ada pada produk lainnya. Preferensi pelanggan pada penelitian ini merujuk pada minat beli calon konsumen pada produk roti Aoka. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa diversifikasi produk berhasil mempertahankan pangsa pasar produk roti Aoka dan juga meningkatkan penjualan pada produk roti Aoka.

Selain itu karena semakin meningkatnya permintaan konsumen terkait dengan produk roti Aoka, maka PT. Indonesia Bakery Family memutuskan untuk mendirikan sebuah pabrik produksi roti Aoka pada cabang Medan. Karena selama ini produk Roti Aoka Cab. Medan hanya mendapatkan produk dari kantor pusat yaitu PT. Indonesia Bakery Family yang berlokasi di Bandung. Rencana ini semakin dikuatkan oleh pernyataan Manager PT. Indonesia Bakery Family Cab. Medan, yang menegaskan bahwasannya pabrik untuk produksi Roti Aoka di Medan akan didirikan pada bulan Agustus 2024 mendatang.

#### **b. Inovasi**

Setiap usaha harus memiliki sebuah inovasi baru pada produk yang mungkin akan launching untuk kedepannya. Hal ini berkaitan dengan selera konsumen. Karena pada tahap awal pemilik usaha

sudah melakukan riset terkait dengan minat konsumen atau permintaan konsumen yang paling tinggi dalam dunia pasar. Sehingga PT. Indonesia Bakery Family melakukan sebuah inovasi produk dengan memberikan varian rasa yang beragam pada jenis roti panggang. Selain itu inovasi produk diaplikasikan dengan membuat produk baru yaitu roti Aoka Gulung dengan 3 varian rasa yaitu, coklat, keju dan kelapa. Yang dimana varian coklat dan keju sangat diminati oleh masyarakat khususnya pada mahasiswa. Hal ini dibuktikan setelah peneliti melakukan riset terkait dengan jumlah permintaan yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Tidak hanya itu, PT. Indonesia Bakery Family juga sudah mengeluarkan produk baru yaitu "Momotaro" dengan 2 varian rasa yaitu original dan coklat. Sehingga dengan adanya varian produk dan juga rasa semakin menarik minat beli konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada produk roti Aoka.

c. Persaingan

Persaingan sebagai suatu hal yang memang selalu dialami oleh para pelaku usaha. Pada PT. Indonesia Bakery Family Cabang Medan, ditengah banyaknya kompetitor terkait dengan produk roti, namun roti Aoka tetap memiliki minat beli tersendiri bagi para konsumen. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor, seperti adanya varian produk, varian rasa, harga yang terjangkau, kualitas produk, serta desain kemasan pada produk roti Aoka. Sehingga PT. Indonesia Bakery Family dapat mempertahankan pangsa pasarnya ditengah banyaknya para kompetitor yang berlomba untuk mengeluarkan produk baru agar dapat bersaing dengan produk roti Aoka.

## KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian serta pembahasan diatas, sehingga dapat disimpulkan bahwa:

- a. Selera konsumen terkait dengan produk yang diinginkan pada produk roti Aoka yang dapat terdiri dari varian rasa atau varian produk semakin meningkatkan volume penjualan pada PT. Indonesia Bakery Family Cab. Medan.
- b. Inovasi produk dengan melakukan diversifikasi produk terkait dengan jenis dan varian rasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang disandingkan dengan kualitas produk yang sesuai dengan selera konsumen menjadi produk Roti Aoka semakin diminati oleh konsumen sehingga tingkat penjualan yang semakin tinggi setiap periodenya.
- c. Persaingan dengan para kompetitor tidak meyulitkan PT. Indonesi Bakery Family karena produk roti Aoka memiliki keunggu dari segi produk, varian rasa hingga harga yang ditawarkan.

## REFERENCES

- (Musdifa, Siti, 2021). Analisis Diversifikasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Sate Taichan Bali Di Kota Kendari. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- (Fazira, Ira, 2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Diversifikasi Produk Dalam Pengembangan Usaha Ud. Mete Mubaraq Lombe Kota Kendari. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- (Lindung, Bulan). Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Juraga Jasmine Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*.