



## ANALISIS DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA INDUSTRI SOCOLATTE DI BAROH MUSA KABUPATEN PIDIE JAYA

Safrika<sup>1</sup> dan Hamdani<sup>2</sup>

<sup>1&2</sup> Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Jabal Ghafur - Aceh  
E-mail: [safrika057@gmail.com](mailto:safrika057@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Industri Socolatte di Baroh Musa Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya. Penelitian ini dimulai dari bulan Agustus 2019 sampai dengan selesai. Sampel penelitian sebanyak 30 responden dari populasi keseluruhan yang membeli produk Socolatte di Baroh Musa Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya. Pengumpulan data menggunakan kuesioner baik data primer maupun sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Regresi Linear Berganda. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 21, Hasil penelitian menunjukkan  $R Square$  sebesar 0.736 atau 73,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan variabel diferensiasi produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki kontribusi sebesar 73,6% dan sisanya sebesar 26,4% dijelaskan oleh faktor lain yang ada di luar variabel bebas penelitian ini. Adapun hasil dari penelitian juga menunjukkan bahwa  $Y = 0,023 + 0,928X$ . Koefisien regresi variabel Diferensiasi Produk (X) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan industri Socolatte dengan koefisien sebesar 0,928 dan nilai t hitung variabel diferensiasi produk sebesar 3.138 dengan nilai signifikansi  $.002 < 0,05$ . Hal ini berarti setiap peningkatan diferensiasi produk maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam membeli produk Socolatte.

Kata kunci: *Kakao; Produk; Pemasaran*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Pada dasarnya sebagian besar keuntungan yang didapat oleh perusahaan berasal dari kepuasan pelanggan dalam menikmati produknya. Konsep produksi berpendapat bahwa pelanggan akan menyukai produk yang berkualitas dengan harga yang relatif murah. Untuk itu perusahaan dalam proses kegiatan produksi haruslah mengerti dan tahu dengan benar akan arti dari produk itu sendiri. (Angipora 2002).

Dalam menawarkan produk ke pasar, perusahaan perlu memberikan perbedaan yang berarti dibandingkan dengan produk pesaing. Dengan demikian, pelanggan akan dapat mengenali produk perusahaan di antara produk sejenis yang ada di pasaran serta sebagai daya tarik bagi pelanggan. 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 (Wahiday, 2010).

Diferensiasi produk merupakan kegiatan modifikasi produk mejadi menarik.Semua perusahaan mencari beberapa jenis keunggulan kompetitif yang dapat memberdakan produk mereka dari produk yang lain nya. Diferensiasi produk adalah upaya dari perusahaan untuk membedakan produk nya dari produk pesaing dalam suatu sifat yang membuat yg di inginkan diferensiasi harus menjadi alasan pelanggan yang memilih produk bersangkutan (Adisaputro, 2010).

Identifikasi masalah merupakan proses dimana pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan yang timbul dari ransangan internal atau rangsangan eksternal. Pencarian informasi: Pelanggan yang tertarik terhadap sebuah produk akan mencari informasi mengenai produk tersebut. Evaluasi alternatif: sesudah mendapatkan informasi mengenai produk tersebut, maka dibuatlah evaluasi untuk memilih satu atau beberapa alternatif Keputusan membeli: sesudah mengevaluasi sebuah produk dan melihat secara jelas produk tersebut, maka pelanggan membuat keputusan untuk membeli sebuah produk. Evaluasi purnabeli: Setelah melakukan pembelian terhadap sebuah produk, pelanggan merasakan sebuah tingkat kepuasan atau tingkat ketidakpuasan. Sesudah melalui serangkaian tahapan dalam melakukan proses pembelian (Schiffman, 2010).

Kakao merupakan salah satu komoditi perkebunan yang memiliki nilai jual tinggi di pasaran internasional. Hampir semua jenis industri makanan menggunakan tepung kakao untuk meningkatkan nilai dan kualitas rasa produk. Kakao merupakan salah satu komoditas yang sangat potensial dalam industri manufaktur makanan. Produksi baik sebagai sumber penghidupan jutaan

petani produsen maupun sebagai salah satu bahan penyedap yang sangat diperlukan untuk produksi makanan, seperti kue-kue dan berbagai jenis minuman, (Sunarto, 2003).

Kabupaten Pidie Jaya dikenal sebagai salah satu daerah penghasil Kakao terbesar di Aceh dengan luas kebun kakao sekitar 12.000 ha dan produksi sekitar 2.362 ton (Dinas Perkebunan Pidie Jaya, 2015). Selama ini, petani menjual kakao dalam bentuk biji mentah tanpa ada proses nilai tambah sedikit pun. Biji kakao dijual kepada tengkulak yang langsung mendatangi kebun petani sehingga harga yang diterima petani cenderung murah dan oleh karenanya petani tidak mendapatkan keuntungan yang optimal. Menurut pemilik Soccolate, Bapak Irwan, saat ini, rata-ata harga jual biji kakao mentah dipasar sekitar Rp 35.000 per kg. Potensi untuk meningkatkan pendapatan petani kakao dapat ditempuh antara lain dengan meningkatkan nilai tambah biji Kakao mentah menjadi barang setengah jadi berupa tepung Kakao atau bahkan mengolah menjadi makanan siap saji.

Menyadari daerahnya sebagai sentra produksi Kakao maka Bapak Irwan Ibrahim membuka perusahaan berbasis agroindustri pengolahan biji kakao dibawah naungan koperasi “Rimbun Coop”. Lokasi pabrik berada di Jalan Medan Banda Bandar Baru, Kabupaten Pidie Socolatte. Socolatte memproduksi bermacam kecil produk cokelat, *Chocolate* bar besar, dan olahan makanan lain yang beraneka rasa. Menggunakan bahan baku berupa bijih cokelat dari petani lokal, socolatte menawarkan rupa-rupa olahan yaitu permen cokelat, bubuk cokelat, minuman cokelat, *Brownies* cokelat, hingga timphan cokelat.

Taktik menawarkan produk dengan variasi yang beragam untuk menunjukkan perbedaan yang khas dalam

rangka memenangkan persaingan sering disebut dengan diferensiasi produk. Diferensiasi produk socolatte tersebut bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang merupakan elemen penting bagi usaha socolatte termasuk bagi industri socolatte. Keputusan pelanggan terbangun dari berbagai macam aspek, termasuk faktor variasi produk yang ditawarkan produsen untuk mengurangi kebosanan konsumen terhadap produk yang sama setiap saat. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen, dalam hal ini konsumen socolatte. sehingga dilakukan penelitian mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Industri Socolatte di Baroh Musa Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya.

### Identifikasi Masalah

Bagaimana analisis diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Industri Socolatte di Baroh Musa Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya?

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Industri Socolatte di Baroh Musa Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya.

### Hipotesis

Diduga diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Industri Socolatte di Baroh Musa Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya.

## METODE PENELITIAN

### Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Analisis data kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi yang kemudian diproses dan menjadi informasi yang bermanfaat (Kunoco, 2004).

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian Socolatte di Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya digunakan persamaan regresi linear sederhana dengan menggunakan alat bantu *software 21.0 for windows* yaitu suatu program statistik yang mampu memproses data statistik secara cepat dan tepat menjadi berbagai output yang dikehendaki para pengambilan keputusan tanpa mengurangi ketepatan hasil outputnya (Ghozali, 2006).

Model Ekonometrik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang diinformasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = Diferensiasi Produk

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi variabel

Diferensiasi Produk

e = Pengganggu (error)

Selanjutnya untuk menentukan pengaruh dan tingkat signifikan digunakan  $\alpha = 0.05$  atau 5% dapat diuji dengan menggunakan uji-F dan uji-t melalui program SPSS 21.0. Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini digunakan skala Likert dengan lima rentangan. Skala Likert dapat digunakan untuk mengukur item - item pernyataan yang bersifat positif maupun negatif terhadap masalah yang diteliti. Alternatif penilaian dalam pengukuran untuk item -

item yang bersifat positif adalah dari jawaban responden mulai dari jawaban sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju dan sangat setuju.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah Umum Industri Socolatte

Lokasi industri Socolatte berada di samping jalan Banda Aceh-Medan tepatnya di Gampong Baroh Musa Kecamatan Bandar Baru Kabupaten Pidie Jaya. Industri Socolatte ini mulai melakukan produksi perdananya pada bulan April tahun 2010, usaha ini dirilis oleh bapak Irwan Ibrahim dan keluarga. Sebelum mendirikan industri ini beliau belajar pembuatan coklat pada salah seorang pakar coklat dari Jepang. Hingga selanjutnya beliau di bimbing oleh organisasi Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (Puslitkoka). Walaupun pada awalnya banyak yang menganggap pabrik coklat tersebut tidak mungkin berdiri karena letaknya di pedesaan namun beliau tetap optimis hingga akhirnya pada tahun 2006 beliau mulai merintis pembangunan pabrik secara bertahap yang juga dibantu oleh beberapa lembaga swadaya masyarakat terutama Badan Rehabilitasi dan Rekonstruksi (BRR) Aceh. Pada bulan April 2010 produksi perdana mulai dilakukan dan proses produksi tersebut berlangsung hingga sekarang. Pelanggan yang datang bukan saja berasal dari Aceh melainkan juga berasal dari beragam daerah dikarenakan lokasinya yang berada di lintas jalan timur Aceh terutama warga Sumatera Utara.

Industri yang sudah sembilan tahun berproduksi dibantu oleh beberapa orang tenaga kerja setempat. Industri yang juga menjaga kebersihan dan kualitas hasil produksi ini menawarkan rupa-rupa olahan yaitu coklat batangan, permen coklat, bubuk coklat, minuman coklat, Brownies coklat, hingga

timpanan coklat dengan harga yang berbeda-beda dan terjangkau oleh pelanggan.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam uji linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh secara serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terkait. Cara menentukan koefisien determinasi dengan melihat analisis regresi linier sederhana di kolom R Square dari hasil analisis SPSS.

Tabel 1. Model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 <sup>a</sup>	.736	.722	2.264

Tabel 1 Menunjukkan *R Square* sebesar 0.736 atau 73,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan variabel diferensiasi produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki kontribusi sebesar 73,6% dan sisanya sebesar 26,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel bebas penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat mampu dijelaskan oleh variabel bebas dengan kriteria ketepatan yang tinggi.

### Uji F/Uji Model

Uji F dalam penelitian ini menggunakan uji ANOVA. Uji ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (*simultan*) variabel bebas diferensiasi produk yang terdiri atas subvariabel rasa yang sesuai trend, variasi rasa murah, kesesuaian harga. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji F (Anova)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1342.670	5	268.534	52.373	.000 <sup>b</sup>
Residual	481.970	94	5.127		
Total	1824.640	99			

Berdasarkan hasil uji simultan dari tabel di atas ditunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan bahwa variabel diferensiasi produk terdiri atas subvariabel rasa yang sesuai trend, variasi rasa murah, kesesuaian harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada industri Socolatte.

### Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis yang menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada industri Socolatte dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil analisis regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.023	2.375		.010	.992
Diferensiasi	.928	.296	.225	3.138	.002

Persamaan regresi yang didapatkan dari tabel adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,023 + 0,928X$$

Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa 0,023 merupakan konstanta. Koefisien regresi variabel Diferensiasi Produk (X) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan industri Socolatte dengan koefisien sebesar 0,928. Hal ini berarti setiap peningkatan diferensiasi produk maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam membeli produk Socolatte.

Dari tabel 9 diketahui nilai t hitung variabel diferensiasi produk sebesar 3.138 dengan nilai signifikansi  $.002 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan variabel diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan industri Socolatte. Pengaruhnya diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa semakin bertambahnya diferensiasi produk berupa variasi jenis produk dan rasa yang ditetapkan oleh industri, maka permintaan pelanggan terhadap Produk Socolatte akan semakin meningkat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Nilai *R Square* dalam penelitian ini sebesar 0.736 atau 73,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan variabel diferensiasi produk (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki kontribusi sebesar 73,6%. Diferensiasi Produk (X) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) industri Socolatte dengan koefisien sebesar 0,928 dan t hitung variabel diferensiasi produk sebesar 3.138 dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ .

Hal ini menunjukkan variabel diferensiasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan industri Socolatte. Pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa semakin bertambahnya diferensiasi produk berupa

variasi jenis produk dan rasa yang di tetapkan oleh industri, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

### Saran

Industri Socolatte harus mengembangkan *database* konsumen untuk meningkatkan pelayanan berupa meningkatkan komunikasi dengan pelanggan agar pelanggan tidak hanya merasa sebagai pembeli namun juga sebagai bagian dari Industri Socolatte serta meningkatkan sistem penjualan online yaang sebagai alat utama persaingan untuk menjelaskan ciri khasnya dengan produk pesaing.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan, 2010. *Manajemen Pemasaran, edisi 1*, Yogyakarta, Unit Penerbit Dan Percetakan sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN.
- Angipora, T dan Marius. 200. *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Regresi linear berganda dan cara pengolahannya*. Badan penerbit (UNIP). Semarang.
- Kartajaya. 2006. *Ilmu Sosial dan Ekonomi. Edisi Pertama*. Cetakan Pertama. Penerbit Buntara Media. Malang
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi ke 12 Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Lidyawati. 2008. *Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Volume Penjualan pada Industri Pisang Sale di kabupaten Banyuwangi periode Tahun 2009*. Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.
- Mohamad, Mahathir. 2014. *Analisis Strategi Diferensiasi Citra Dalam Pemasaran Travel Maktour*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar
- Pranata. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran*. Jasa. Bandung. CV. Alfabeta.
- Schiffman. 2010. *Advertising Proportion and Other Aspect of Integrated Marketing Communication*. Canada: Cengage Learning.
- Sari, Lila Fitria 2013. *Peranan Diferensiasi Produk terhadap Peningkatan Pendapatan PT. Asuransi Jiwasraya (persero) perwakilan Bogor*. Skripsi. Program Studi Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang
- Subagyo, 2010, *Strategi Pemasaran* edisi 2, Andi, Yogyakarta.
- Suma'atmadja, 2012. *Populasi dan Sampel Penelitian*. Fakultas Ekonomi. Universitas Medan Area. Medan.
- Sunarto, 2003, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Amus, Yogyakarta.
- Wahiday, 2010. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Walpole, 2001. *Metode Pengambilan Sampel*. Jasa. Bandung. CV. Alfabeta.