

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kota Yogyakarta dikenal sebagai sebutan kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pusat pendidikan, kota dengan tujuan pariwisatanya yang terkemuka dan juga dikenal dengan makanan khas nya seperti Bakpia Pathuk, dan masih banyak lagi. Setiap tahunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta semakin bertambah, tercatat tahun 2015 kunjungan Wisatawan Mancanegara mencapai 584.121 orang, sedangkan Wisatawan Nusantara mencapai 13.395.270 orang, sehingga totalnya mencapai 13.943.391 orang. (Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, [www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com))

Bakpia Pathok adalah salah satu makanan khas kota Yogyakarta yang digemari oleh wisatawan. Bakpia pathok dapat kita jumpai diberbagai sudut kota Yogyakarta, sehingga menjadikan persaingan disektor ini semakin sengit. Banyak merk dagang bakpia pathok yang dapat dijumpai di kota Yogyakarta, seperti bakpia 25, bakpia 99, bakpia 145, bakpia Kurnia Sari, bakpia Wijaya, bakpia Rania, bakpia Lestari, bakpia Vista dan masih banyak lagi.

Salah satu usaha bakpia pathok di Yogyakarta adalah Bakpia Pathok Wijaya yang didirikan oleh Winarti Wijaya pada tahun 2010 di daerah Klepu, Sendangmulyo, Minggir, Sleman, Yogyakarta. Pada usaha Bakpia Wijaya ini mengalami kelambatan dalam mengembangkan usahanya, yang disebabkan oleh minimnya pelanggan, dan juga minimnya pemasukan *financial*.

**Tabel 1.1 Data pemasukan pertahun dari penjualan Bakpia Wijaya**

2011	2012	2013	2014	2015
Rp 136.400.000	Rp 140.000.000	Rp 125.500.000	Rp 130.000.000	Rp 140.400.000

Untuk meningkatkan penjualan di Bakpia Wijaya, maka perusahaan ini harus melakukan strategi untuk mengembangkan usahanya. Penentuan strategi yang tepat dapat dilakukan dengan terlebih dahulu menganalisis posisi (kekuatan dan kelemahan) perusahaan Bakpia Wijaya dibandingkan dengan kompetitornya.

Untuk melakukan analisis tersebut dapat dilakukan dengan analisis kompetitor. Analisis Kompetitor atau Analisis Persaingan adalah usaha mengidentifikasi ancaman, kesempatan atau permasalahan strategis yang terjadi akibat perubahan persaingan potensial serta kekuatan dan kelemahan pesaing. Analisis ini berguna untuk mendasari keputusan tentang produk yang dipasarkan agar kemudian diperoleh laba yang optimal.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, yang menjadi rumusan masalah adalah menganalisis kompetitor bakpia Pathok Wijaya dengan metode *Analisis Kompetitor* dan *CA (Categorical Analysis)* yang bertujuan untuk melihat persaingan produk, untuk melihat posisi produknya, untuk melihat kelebihan produk yang dimiliki pesaing berikut kelemahan yang dimilikinya dengan produk Bakpia Pathok Wijaya. Sehingga manajer dari bakpia Pathok Wijaya dapat mengevaluasi apa saja yang kurang dan perlu dibenahi dari bakpia Pathok Wijaya ini.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kompetitor dari Bakpia Pathok Wijaya.

## **1.4 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat terarah dan tidak melebar maka dalam penelitian ini diberikan beberapa batasan masalah sebagai berikut :

1. Obyek penelitian ini adalah di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Responden diambil dari para wisatawan dalam negeri yang berkunjung ke Yogyakarta, para mahasiswa/i, pelajar dan karyawan/i yang ada di Yogyakarta.
3. Tools yang digunakan dalam hal riset pasar adalah dengan menggunakan kuesioner.