



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Dyriana Bakery

3.1.1. Sejarah

Toko Roti Dyriana adalah sebuah toko roti yang resmi berdiri pada tanggal 21 April 1986 oleh Bapak Dr. Daniel Nugroho Setiabudhi bersama istrinya Dra. Ida Nursanti. Terinspirasi oleh Holland Bakery yang sempat beliau kunjungi di Jakarta, akhirnya beliau memutuskan untuk membuat Dyriana Bakery yang menjadi salah satu toko roti yang menjual buah tangan spesial khas Semarang.

Toko Roti Dyriana mempunyai dua poin penting yang dijadikan visi yang diutamakan adalah wujud kasih dan berkat Tuhan serta pengalaman kasih. Setiap pertumbuhan dan kemajuan yang telah dicapai oleh Toko Roti Dyriana merupakan salah satu perwujudan dari kasih Tuhan. Oleh karena itu keberadaan Toko Roti Dyriana di tengah maraknya dunia usaha yang berkembang pesat sekarang dapat mengamalkan kasih Tuhan kepada sesama manusia, termasuk untuk para karyawan dan pelanggan Toko Roti Dyriana.

Sedangkan untuk misinya Dyriana Bakery bertarget untuk mengembangkan produk-produk secara kreatif. Pengembangan produk Dyriana Bakery sendiri tidak hanya mengutamakan perkembangan trend saja. Selain itu produk yang dikeluarkan Dyriana Bakery harus diimbangi dengan kualitas yang terbaik. Dyriana Bakery

mengutamakan pengembangan trend yang dikemas secara kreatif dengan kualitas yang terbaik untuk konsumen.

3.1.2. Produk

Dyriana Bakery menjual berbagai macam jenis roti mulai dari mulai roti kering, brownies kukus, brownies mini, wingko babat, proll tape, banana roll pastry cup panjang, special dos, tokyo banana, soes kering, ganjelrel, dan lain lain. Produk Dyriana Bakery sendiri lebih mengikuti perkembangan minat dari masyarakat. Setiap produk Dyriana Bakery memperhatikan kualitas rasa yang telah di kembangkan sesuai dengan minat pasar atau masyarakat.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Dyriana Bakery, Roti Ganjelrel Dyriana merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh Dyriana Bakery. Ganjelrel Dyriana bermula dari sebuah program pemerintah yang di buat oleh walikota Sukawi Sutarip yaitu SPA (Semarang Pesona Asia). Program Semarang Pesona Asia ini membuka peluang baru bagi adanya Dyriana Bakery, dimana istri dari Sukawi Sutarip mencetuskan untuk mengangkat sebuah kuliner tempo dulu yang berasal khas Semarang. Melalui hal itu kemunculan SPA sendiri mengangkat roti ganjelrel yang kepopulerannya mulai redup. Dyriana Bakery kemudian melakukan riset yang berhubungan dengan roti ganjelrel khas Semarang. Kemunculan SPA tersebut akhirnya membuat Dyriana Bakery membuat produk Roti Ganjelrel Dyriana.



Gambar 3.1. Pabrik Dyriana Bakery

Sumber : Foto pribadi

Gambar di atas merupakan Jalan Industri Gatot Subroto Blok 22 A, merupakan tempat pembuatan produk roti dari Dyriana Bakery. Melalui pabrik ini produk dibuat dari pengolahan bahan utama yang diproses sehingga menjadi produk dari Dyriana Bakery. Pabrik ini juga digunakan untuk menjaga kualitas produk yang dilakukan melalui kebersihan dari alat, bahan, dan hasil akhir dari produk Dyriana Bakery. Setiap harinya pabrik ini mulai bekerja pukul 7.00 pagi hingga jam 2.00 siang hari. Hasil yang telah jadi kemudian dikirimkan ke outlet outlet Dyriana Bakery.



Gambar 3.2. Dyriana Bakery

Sumber : Foto pribadi

Gambar di atas merupakan toko Dyriana Bakery yang terdapat di Jl. Pandanaran 51A, Semarang. Di tempat tersebut merupakan toko utama dari Dyriana Bakery yang ada di Semarang. Pembuatan kue tart / kue basah dilakukan melalui toko ini. Pelayanan merupakan salah satu nilai tambahan dari Dyriana Bakery ini. Setiap toko memiliki pegawai yang sangat ramah dan siap membantu memenuhi kebutuhan konsumen.

3.2. Data Penelitian

3.2.1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pemilik Dyriana Bakery untuk mengetahui latar belakang, visi misi, target jangka pendek dan panjang, sejarah seputar ganjel rel dan Dyriana Bakery itu sendiri.

3.2.1.1. Wawancara Pemilik



Gambar 3.3. Wawancara dengan pemilik

Sumber : Foto pribadi

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan kepala dari Dyriana Bakery yang bernama Pak Arif. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 25 October 2016. Pada proses wawancara ini penulis mendapatkan bahwa produk roti ganjelrel yang mengalami stagnansi, dan ingin meningkatkan

penjualan produk tersebut. Roti ganjel rel Dyriana sendiri sudah berdiri 10 tahun. Berawal dari program SPA (Semarang Pesona Asia) dimana saat itu istri dari pak walikota Sukawi Sutarip ingin menampilkan roti ganjelrel khas Semarang yang sudah mulai dilupakan, oleh sebab itu kemudian Dyriana Bakery memutuskan untuk membuat roti ganjelrel sendiri yang dikembangkan dengan gaya Dyriana Bakery. Namun meskipun roti ganjelrel merupakan roti tempo dulu khas Semarang ,Pak Arif selaku kepala dari Dyriana Bakery merasa bahwa belum semua orang mengetahui roti ganjelrel meskipun warga Semarang itu sendiri. Selain itu penulis juga mendapatkan adanya keinginan Dyriana Bakery untuk memperluas pasarnya agar menjangkau ke anak muda.

3.2.1.2 Wawancara dengan Aris



Gambar 3.4. Aristya Putra

Sumber : Foto pribadi

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Aris pada tanggal 18 November 2016 pada pukul 7.00. Tujuan penulis mewawancarai Aris sebagai salah satu target adalah untuk mendapatkan jawaban mendalam secara kualitatif. Berdasarkan wawancara, Aris merupakan salah satu remaja yang berasal dari Semarang yang sudah pernah mencoba roti ganjelrel. Belum mengetahui keberadaan dari produk merek Dyriana tersebut, padahal roti ganjelrel berpotensi sebagai salah satu oleh – oleh yang mencerminkan ke khasan dari kota Semarang. Menurut Aris sendiri roti ganjelrel sangat cocok dimakan pada saat bersantai atau berkumpul bersama teman maupun saudara.

3.2.1.3 Wawancara dengan Dani



Gambar 3.5. Dani

Sumber : Foto pribadi

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Dani pada tanggal 18 November 2016 pada pukul 5.00. Tujuan penulis mewawancarai Dani sebagai salah satu target adalah untuk mendapatkan jawaban mendalam secara kualitatif. Berdasarkan wawancara, Dani yang merupakan salah satu remaja yang berasal dari Semarang belum pernah mengetahui roti ganjelrel. Meskipun roti ganjelrel memiliki rasa yang enak dan unik yang mencerminkan kota Semarang, namun Dani sendiri belum pernah mengetahui keberadaan dari Roti Ganjelrel Dyriana itu sendiri.

3.2.1.2. Wawancara dengan Dennis



Gambar 3.6. Dennis

Sumber : Foto pribadi

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Dennis pada tanggal 18 November 2016 pada pukul 5.30. Penulis mendapati bahwa Dennis merupakan salah satu remaja yang sudah pernah tinggal di Semarang selama 4 tahun. Dari wawancara ini penulis mendapati bahwa Dennis belum pernah mendengar roti Ganjelrel Dyriana sama sekali. Melalui wawancara tersebut penulis mendapatkan data data berupa kebiasaan Dennis sehari- hari.

3.2.1.3. Wawancara dengan Juliana



Gambar 3.7. Juliana

Sumber : Foto pribadi

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Juliana pada tanggal 18 November 2016 pada pukul 5.30. Penulis mendapati bahwa Juliana merupakan salah satu remaja yang lahir dari Semarang. Dari wawancara ini penulis mendapati bahwa Juliana belum pernah mendengar roti Ganjelrel Dyriana sama sekali. Penulis mendapati bahwa ketidaktahuan sumber berasal dari kurangnya informasi yang dibagikan roti Ganjelrel Dyriana sendiri. Melalui wawancara ini penulis mendapatkan data data yang menunjang penelitian.

3.2.2. Observasi



Gambar 3.8. Observasi ke pabrik Dyriana

Sumber : Foto pribadi

Penulis melakukan observasi secara langsung dengan mendatangi langsung pabrik tempat roti ganjelrel Dyriana pada tanggal 26 October 2016. Observasi ini dimulai pada pukul 7.00 di Jalan Gatot Subroto blok 22a. Pada proses ini penulis turun tangan secara langsung dalam pembuatan roti ganjelrel Dyriana. Sebelum memasuki ruang produksi, penulis mencuci tangan kemudian diberikan topi serta celemek. Kemudian penulis memasuki ruangan yang dikhususkan untuk membuat roti ganjel rel tersebut. Ada 3 langkah utama yang digunakan untuk membuat roti ganjelrel.

1. Langkah pertama yaitu mencairkan gula aren yang ada. Kemudian membuat biang nya dengan mencampur tepung terigu, baking powder, soda kue, serta air, campur dengan rata dan diamkan 15- 20 menit untuk mengembang.
2. Langkah berikutnya yaitu membuat rasa dari ganjelrel itu sendiri dengan cara mencampurkan bumbu bumbu rempah yang dipakai, yaitu coklat, adas manis.
3. Langkah yang terakhir yaitu mencampurkan semua bahan yang ada dengan garam dan kayu manis, aduk dengan rata. Setelah adonan merata dengan sempurna, masukan ke cetakan serta berikan wijen di atasnya. Setelah adonan jadi penulis langsung membantu untuk memasukan adonan ke mesin oven yang ada. Adonan di oven dengan suhu kurang lebih 170 derajat celcius selama kurang lebih 40-60 menit. Setelah menunggu, roti ganjelrel yang sudah matang langsung dilepas dari cetakan saat masih panas. Setelah terlepas roti ganjelrel kemudian didinginkan terlebih dahulu, setelah dingin roti ganjelrel tersebut kemudian langsung di vacuum dan diberikan oksigen didalamnya. Hal itu untuk

menjaga produk Ganjelrel Dyriana agar sesuai dengan kelembapan yang tepat sehingga bisa tahan lama. Akhirnya setelah proses pem vacuum an roti ganjelrel langsung dikemas untuk didistribusikan.

Selama di pabrik Dyriana tersebut penulis bisa melihat bagaimana standarisasi Dyriana Bakery akan menjaga kebersihan serta kualitas produk nya dengan sangat baik. Hal itu bisa terlihat dari kebersihan area produksi, serta penggunaan alat – alat yang canggih membuat produk dari Dyriana Bakery ini bisa lebih dipercaya untuk kedepannya. Disini juga melihat bagaimana ketelatenan dari pegawai dari Dyriana Bakery dalam menghasilkan roti yang terbaik bagi konsumen dengan tetap memperhatikan kebersihan serta tingkat kualitas roti yang di hasilkan. Akhirnya penulis pulang pada hari itu setelah semua produksi selesai pada pukul 2.00 siang.

3.2.3. Tester



Gambar 3.9. Pembagian Tester

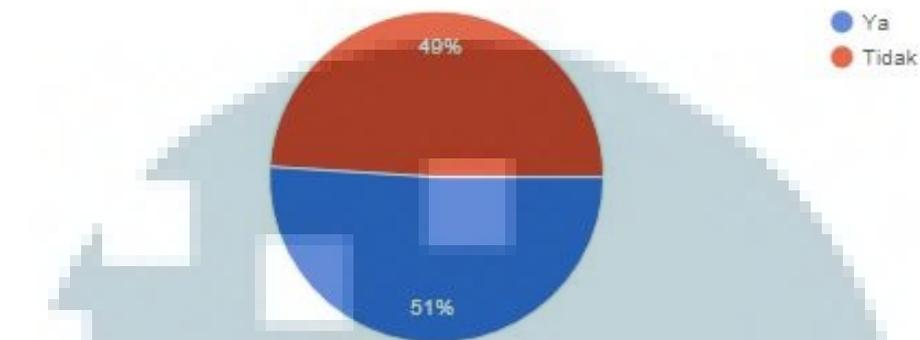
Sumber : Foto pribadi

Pada tahapan ini penulis pergi ke daerah Semarang pada tanggal 25 October 2016. Penulis membagikan kuisisioner yang diawali dengan memberikan sample roti ganjelrel Dyriana. Pembagian kuisisioner ini dilakukan di Semarang, yang pertama adalah di tempat Universitas Soegiyapranoto serta SMA Karangturi. Kuisisioner ini dilakukan untuk memahami sisi pandang dari konsumen sebagai target anak muda itu sendiri yang akan dipakai menjadi acuan dalam pengerjaan tugas akhir. Menurut data yang di dapat produk ganjelrel Dyriana, memiliki rasa yang manis yang memiliki aroma rempah kayu manis yang lebih menonjol dari pada produk roti ganjelrel lainnya yang sudah pernah dimakan. Selain itu penulis mendapatkan beberapa kata kunci yang penulis rasa akan membantu dalam proses design. Selain ganjel rel ini mengingatkan target akan masa lalu, roti ganjelrel ini sendiri memiliki bentuk yang khas yang dapat membedakan dari roti lainnya. Bentuknya yang kotak seperti balok mencerminkan langsung namanya yang cukup unik yang bisa dimakan kapan saja.

3.2.4. Kuisisioner

Pada tahapan ini penulis melakukan survey untuk menemukan kesadaran target dengan Dyriana Bakery dan produknya roti Ganjelrel. Lalu penulis melakukan survey dengan cara menyebarkan kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengacu pada penelitian mengenai Dyriana Bakery. Penulis melakukan survey dengan melakukan penyebaran 100 kuisisioner kepada target Dyriana bakery melalui survey online. Kuisisioner ditujukan kepada remaja Semarang yang berusia 19 – 25 tahun secara online.

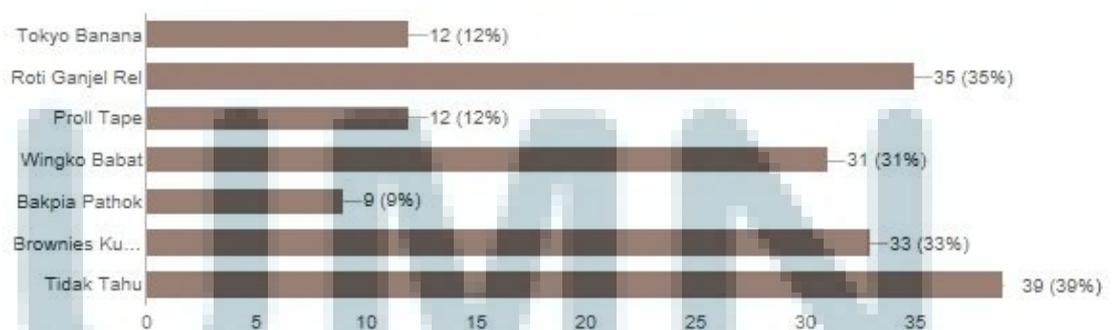
Apakah Anda mengetahui Dyriana Bakery? (100 responses)



Gambar 3.10. Pengetahuan Dyriana Bakery

Kebanyakan dari responden masih belum mengetahui toko Dyriana Bakery. Hal itu terlihat dari jumlah presentase sebesar 49% dari 100 responden masih belum mengetahui Dyriana Bakery.

Menurut Anda apa yang dijual oleh toko Dyriana Bakery? (100 responses)

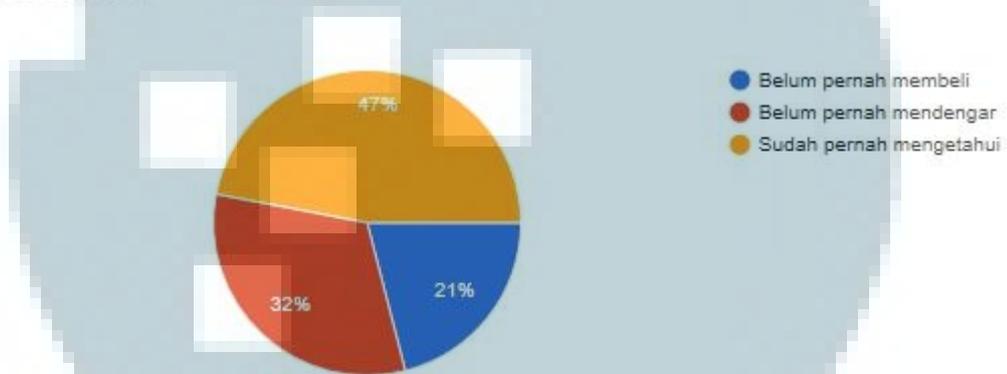


Gambar 3.11. Pengetahuan Responden akan Produk Dyriana Bakery

Melalui data diatas bisa terlihat 12 orang sekitar 12% mengatakan bahwa Dyriana Bakery menjual Tokyo Banana & Proll Tape. 35 orang sekitar 35%

Dyriana menjual Roti Ganjelrel, 31 orang sekitar 31% mengatakan Dyriana Bakery menjual Wingko Babat, 9 orang sekitar 9% mengatakan Dyriana Bakery menjual Bakpia Pathok, 33 orang sekitar 33% mengatakan Dyriana Bakery menjual Brownies Kukus, dan masih banyak orang yang masih belum mengetahui sebanyak 39%.

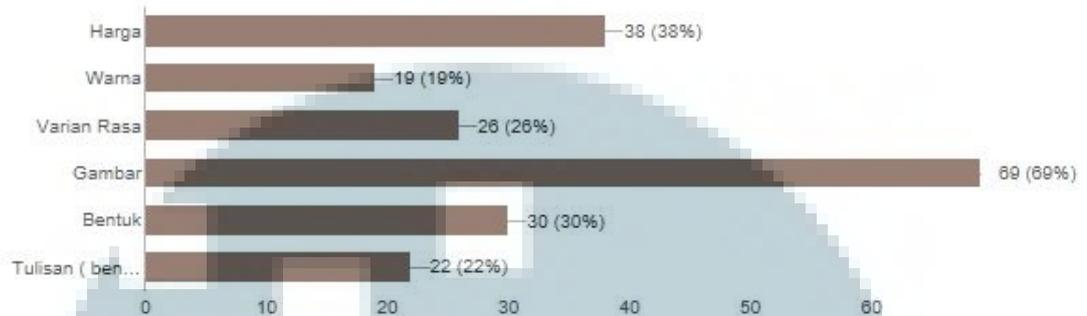
Jika tidak, mengapa Anda tidak mengetahui roti ganjel rel tersebut?
(100 responses)



Gambar 3.12. Alasan responden tidak mengetahui Roti GanjelRel

Masih ada sebanyak 32 % responden yang sama sekali belum pernah mendengar apa itu roti Ganjelrel, dan sebanyak 21% responden belum pernah membeli roti Ganjelrel meskipun mereka sudah tahu. Dan sebanyak 47% responden sudah pernah mengetahui apa itu roti Ganjelrel.

Apa yang pertama kali anda lihat dalam media promosi suatu makanan (100 responses)



Gambar 3.13. Minat Responden terhadap Media Promosi Makanan

Penulis mencoba memberi pertanyaan seputar apa yang dilihat target saat hendak melihat suatu makanan. Dari data yang didapat, gambar merupakan salah satu bagian yang paling banyak dilihat sebesar 69 orang atau 69% memilih gambar sebagai salah satu bagian yang paling penting untuk membeli barang/ makanan.

UMMN

3.2.5. SWOT

Tabel 3.1. SWOT Produk GanjelRel Dyriana

Strength	Weakness	Opportunity	Threat
Pack yang lebih menarik dari pada saingannya	Cuma ada 1 varian rasa (monoton)	Jangkauan market luas	Sulit membedakan produk ganjel rel dengan produk lain
Aroma yang lebih kuat	Bentuknya yang umum	Belum semua orang tahu	
Harga yang terjangkau		Tidak memiliki banyak pesaing	
Cerminan rasa khas Semarang		Produk yang ditawarkan cukup diterima dengan baik	

Pada tabel diatas penulis merangkum SWOT dari produk roti GanjelRel Dyriana. Produk ganjelrel Dyriana sendiri memiliki keunggulan yang berada di kemasan yang lebih menarik dibandingkan dengan produk ganjelrel yang lainnya. Selain itu berdasarkan kuisisioner dan wawancara, produk Dyriana tersebut selain harganya terjangkau, dari segi aroma sendiri memiliki rasa rempah yang kuat, dan berdasarkan kuisisioner roti tersebut sangat mencerminkan cita rasa Kota Semarang yang sangat khas.

Kelemahan dari produk roti ganjelrel Dyriana ini yaitu, hanya adanya 1 varian rasa saja yaitu rasa kayu manis sehingga produk ini tidak memiliki varian rasa lainnya. Untuk Opportunity produk ini yaitu, jangkauan market yang luas sebagai salah satu oleh – oleh khas Semarang, tidak semua orang Semarang mengetahui roti ganjelrel itu sendiri yang akan membuat penasaran, sedikitnya pesaing yang menjual roti ganjelrel, selain itu berdasarkan kuisiner produk ganjelrel ini cukup diterima masyarakat dengan baik. Untuk threatnya yaitu, sulitnya membedakan produk ini dengan produk yang lain.

3.2.6. STP

1. Segmentation

a. Geografis:

- Kota: Semarang
- Provinsi: Jawa Tengah

b. Demografis:

- Usia : 19 – 25 tahun
- Gender : Pria dan Wanita
- Kebangsaan : Indonesia
- Etnis : Semua etnis
- Bahasa : Bahasa Indonesia

- Agama : Semua agama
- Pendidikan : Semua lulusan pendidikan
- Profesi : Pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wiraswasta
- Pengeluaran : Rp 500.000 – Rp 2.000.000
- Kelas Ekonomi : B (menengah)
- Status perkawinan : Menikah dan tidak menikah

c. Psikografis

- Penasaran dengan hal baru
- Suka ngemil
- Suka berkumpul bersama teman
- Suka bersantai
- Suka minum kopi atau teh

2. Targeting

Target audiens untuk roti ganjelrel Dyriana sendiri merupakan remaja berusia 17 – 25 tahun baik itu berjenis laki – laki maupun perempuan.

Target yang diarah merupakan remaja yang tergolong SES B yang berada

di Kota Semarang. Penulis mengarahkan untuk remaja yang bersantai setelah melakukan aktifitas belajar maupun bekerja

3. *Positioning*

Produk Roti Ganjelrel yang ditawarkan Dyriana Bakery di posisikan sebagai salah produk roti tempo dulu yang rasanya telah dikembangkan Dyriana Bakery menjadi salah satu produk tradisional yang kaya akan rempah dan lezat. Perkembangan rasa yang berkembang menjadi salah satu daya tarik utama yang diwakilkan melalui bahan utama dari ganjelrel yaitu rempah.

3.3. Analisis Kompetitor

Analisa kompetitor merupakan bagian dimana penulis mempelajari produk produk sejenis yang memiliki target yang sama sehingga penulis dapat paham dengan penggambaran produk setara di pasaran. Adapun kompetitor yang menjadi pesaing dari roti Ganjelrel Dyriana yaitu:

3.3.1. Toko Oen

Toko Oen merupakan salah satu toko yang sudah lama menjual roti Ganjelrel di Semarang. Roti Ganjelrel Toko Oen bisa dibeli dengan harga Rp 5.000,00 Roti Ganjelrel Toko Oen sendiri lebih terbilang *simple* dan murah, karena roti ganjelrel yang dijual di Toko Oen hanya satu potongan kecil saja. Untuk rasa dari roti ganjelrel Toko Oen sendiri lebih mengarah ke coklat, namun untuk rempahnya tidak terlalu kuat, selain itu roti ganjelrel di Toko Oen juga lebih empuk namun

tetap padat. Untuk kemasannya Toko Oen sama sekali tidak menggunakan kemasan, konsumen yang akan membungkus hanya diberikan plastik saja.



Gambar 3.14. Toko Oen

Sumber : Foto pribadi

3.3.2. Selina Bakery

Selina Bakery juga merupakan salah satu pesaing dari Roti Ganjelrel Dyriana. Roti Ganjelrel Selina Bakery bisa dibeli dengan harga Rp 10.000,00. Untuk Roti Ganjelrel Selina sendiri memiliki bentuk yang kotak sesuai dengan namanya. Namun untuk warnanya sendiri tidak sepekat baik itu Toko Oen maupun Dyriana Bakery. Untuk dari segi rasa sendiri Roti Ganjelrel Selina tidak memiliki rasa khusus dari rempah atau coklat, rasanya lebih cenderung ke manis. Untuk Roti Ganjelrel Selina sendiri memiliki tekstur yang sangat padat, sehingga akan membuat susah dimakan. Untuk kemasan sendiri Selina Bakery hanya memakai plastik biasa saja.



Gambar 3.15. Selina Bakery

Sumber : Foto pribadi

3.3.3. Excellent Bakery

Excellent Bakery merupakan salah satu pesaing Ganjelrel Dyriana. Gambar di atas merupakan produk ganjelrel dari Excellent Bakery. Roti Ganjelrel Excellent bisa dibeli dengan harga Rp 20.000,00. Berbeda dengan produk ganjelrel merk lain, Ganjelrel Excellent ini lebih empuk dibandingkan dengan yang lainnya. Untuk dari rasa sendiri penulis merasa Ganjelrel Excellent masih kurang manis dan kurangnya rempah jika dibandingkan dengan Ganjelrel Dyriana. Dari segi kemasan pun Roti Ganjelrel Excellent hanya dibungkus dengan plastik saja.



Gambar 3.16. Excellent Bakery

Sumber : Foto pribadi