

## INTISARI

Analisis strategi diferensiasi yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa tipe strategi diferensiasi yang diterapkan Bakpia Wong Jogja berdasarkan lima tipe strategi kompetitif Thompson, et al (2017). Karena Bakpia Wong Jogja mengalami kesulitan dalam menentukan strategi apa yang tepat bagi bisnisnya. Sebagai pendukung, pada penelitian ini dilakukan analisis segmentasi konsumen, analisis faktor – faktor pendorong diferensiasi, dan analisis kesenjangan persepsi. Analisis kesenjangan persepsi digunakan untuk mengetahui kesenjangan persepsi yang terjadi antara pihak manajemen dan konsumen Bakpia Wong Jogja terhadap diferensiasi yang terdapat pada perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang mana pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Instrumen kuesioner didapatkan dari fitur – fitur pembeda tipe strategi Thompson, et al (2017), segmentasi industri pariwisata menurut Bowie (2016) yang dikembangkan, dan faktor – faktor pendorong diferensiasi yang dianalisis menggunakan analisis rantai nilai. Adapun analisis kesenjangan persepsi yang dilakukan dengan membandingkan persentase hasil pemetaan persepsi konsumen dan pemetaan persepsi manajemen perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bakpia Wong Jogja memiliki kecenderungan dalam penerapan tipe strategi diferensiasi secara luas (*broad differentiation strategy*). Hal tersebut didukung oleh hasil analisis konsumen Bakpia Wong Jogja yang cenderung menargetkan konsumen secara luas. Selain itu, Bakpia Wong Jogja melakukan diferensiasi pada produknya untuk ditujukan pada konsumen kelas menengah bukan konsumen spesifik ceruk tertentu. Sedangkan pada hasil analisis kesenjangan persepsi, ditemukan bahwa terjadi kesenjangan persepsi diferensiasi antara pihak manajemen Bakpia Wong Jogja dan konsumennya.

Kata kunci: strategi diferensiasi, Bakpia Wong Jogja, faktor – faktor pendorong diferensiasi, analisis rantai nilai, analisis kesenjangan, peta persepsi konsumen, peta persepsi manajemen.

## ABSTRACT

*The analysis of differentiation strategy carried out in this study aims to find out what types of differentiation strategies are applied by Bakpia Wong Jogja based on Thompson's, et al. (2017) five types of competitive strategies, because Bakpia Wong Jogja found a difficulty to define the right business strategies. As supporting materials, an analysis of consumer segments, analysis of the factors driving differentiation, and also gap analysis is carried out in this study. The gap analysis is used to determine whether there is any differentiation perception gap the between the management and Bakpia Wong Jogja's consumers found in the company.*

*This research is a descriptive quantitative study in which data collection is obtained from the distribution of questionnaires. The questionnaire instruments were obtained from the distinguishing features of Thompson's, et. al. (2017) strategy types, developing segmentation in the tourism industry according to Bowie (2016), and also the differentiation driving factors are analyzed using a value chain analysis tool. The perception gap analysis is done by comparing the percentage of the results of consumer perception mapping and company perceptual mapping.*

*The results of this study indicate that Bakpia Wong Jogja has a tendency to apply broad differentiation strategy types. This is supported by the results of the Bakpia Wong Jogja's consumer analysis which tends to target consumers widely. In addition, Bakpia Wong Jogja differentiates its products to target middle class consumers rather than specific consumers of certain niches. Whereas the results of the perception gap analysis found that there was a perception gap between the management and Bakpia Wong Jogja's consumers.*

*Keywords: differentiation strategy, Bakpia Wong Jogja, differentiation driving factors, value chain analysis, gap analysis, consumer perception maps, company perceptual maps.*