

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kakao (*Theobroma cacao* L.) merupakan salah satu komoditas perkebunan yang sesuai untuk perkebunan rakyat, Hal ini dikarenakan tanaman ini mampu berbunga dan berbuah sepanjang tahun, sehingga dapat menjadi sumber pendapatan harian atau mingguan bagi pekebun. Tanaman kakao berasal dari daerah hutan hujan tropis di Amerika Selatan. Di daerah asalnya, kakao merupakan tanaman kecil di bagian bawah hutan hujan tropis dan tumbuh terlindung pohon-pohon yang besar (Widya, 2008)

Kakao merupakan tanaman industri perkebunan yang dikenal di Indonesia sejak tahun 1560, namun baru menjadi komoditi yang penting sejak tahun 1951. Pemerintah Indonesia mulai menaruh perhatian dan mendukung industri kakao pada tahun 1975, setelah PT Perkebunan VI berhasil meningkatkan produktifitas kakao per hektar melalui penggunaan bibit unggul *Upper Amazon Interclonal Hybrid*.

Menurut FAO, produksi biji kakao tahun 2008-2012 didominasi oleh negara Pantai Gading, Indonesia, Ghana, Nigeria, Kamerun dan Brazil. Keenam negara tersebut memberikan kontribusi sebesar 84,07% terhadap total produksi kakao dunia. Pantai Gading memberikan kontribusi sebesar 31,64% dengan rata-rata produksi kakao sebesar 1,42 juta ton. Indonesia berada di peringkat kedua dengan kontribusi sebesar 17,36%, diikuti oleh Ghana dengan kontribusi sebesar 16,02%, sedangkan kontribusi dari negara-negara produsen kakao lainnya kurang dari 10% produktivitas kakao di Indonesia masih di bawah rata-rata produktivitas negara penghasil kakao yang lainnya. Selama ini produksi kakao dari Indonesia banyak diekspor dalam bentuk biji kering dibanding dengan hasil olahannya sehingga mempengaruhi nilai tambah ekonomisnya yang diperoleh di dalam negeri. Kakao Indonesia tidak kalah dengan kakao negara lain dimana bila dilakukan fermentasi dengan baik dapat mencapai cita rasa setara dengan kakao yang berasal dari Ghana dan kakao Indonesia mempunyai kelebihan yaitu tidak mudah meleleh. (Departemen Perindustrian, 2007)

Berdasarkan data dari Direktorat Jendral Perkebunan Tahun 2019, 34 Provinsi di Indonesia memberikan kontribusi dalam memproduksi Kakao. Dan provinsi yang

memiliki produksi kakao tertinggi di Indonesia adalah Sulawesi tengah dengan jumlah total produksi sebesar 127.207 ton sementara Provinsi yang memiliki produksi kakao terendah adalah Kepulauan Riau dengan jumlah total produksi hanya sebesar 2 ton. Kemudian Provinsi Sumatera Barat memiliki total produksi sebanyak 43.293 ton hal ini menjadikan Sumatera barat masuk ke daftar 5 besar Provinsi dengan jumlah produksi Kakao terbanyak di Indonesia (lampiran 1).

Luas areal perkebunan kakao di Sumatera Barat pada tahun 2019 luas areal perkebunan kakao di Sumatera Barat adalah seluas 108 464,40 (Lampiran 2) dan dengan produksi sebesar 58 579,90 ton/th (Lampiran 3). Beberapa daerah di Sumatera Barat adalah Pasaman, Padang Pariaman, Pasaman Barat, Kab. Lima Puluh Kota dan kota Payakumbuh.

Guna meningkatkan nilai tambah bagi daerah produksi kakao, pemerintah telah memberikan fasilitas pendirian industri kecil pengolahan kakao pada daerah-daerah sentra pertanian kakao di Sumatera Barat. Salah satu industri kecil pengolahan kakao di Sumatera barat adalah kelompok tani Tanjung Subur yang mengelola Pabrik Pengolahan Cokelat “Chokato” yang terletak di kota Payakumbuh, Sumatera Barat. berdasarkan data yang berasal dari Badan Pusat Statistik bahwa produksi kakao kota Payakumbuh pada tahun 2012 adalah sebesar 1.102 ton/tahun. Diharapkan produksi biji kakao ini dapat menjadi suplai utama dalam memenuhi kebutuhan biji kakao pada pengolahan kakao “Chokato”.

Industri kecil pengolahan kakao “Chokato” ditunjang dengan suplai bahan baku dari petani kakao disekitar lokasi pabrik dan dari petani kakao kota Payakumbuh. Suplai utama bahan baku pabrik chokato berasal dari kebun kakao masyarakat sekitar pabrik, beberapa dari masyarakat sekitar merupakan anggota dari kelompok tani yang mengelola pabrik Chokato. Bahan baku yang dibeli dari petani dan masyarakat sekitar berupa biji basah yang selanjutnya difermentasi dan dikeringkan oleh pabrik. Sementara suplai bahan baku yang berasal dari petani kakao di kota Payakumbuh, biji yang dibeli oleh pabrik berupa biji kering yang telah difermentasi sebelumnya oleh pihak petani. Menurut keterangan dari Ibu Nurmeli, SE, MM yang menjabat sebagai Kepala Seksi Kemitraan Dinas Koperasi dan UMKM provinsi Sumatera Barat Dari

11 unit pengolahan kakao skala kecil yang ada di Sumatera Barat (Lampiran 4), hanya Pabrik “Chokato” yang masih mampu beroperasi dengan baik. Berdasarkan survey yang telah dilakukan terdapat berbagai potensi perkembangan kakao di Payakumbuh, seperti produksi kakao yang berlimpah yang dapat menjamin ketersediaan bahan baku pabrik, tetapi masih terdapat beberapa permasalahan dalam proses produksi pabrik. Permasalahan yang dihadapi oleh pabrik adalah kapasitas produksi pabrik masih relatif rendah, namun pabrik mampu menghasilkan keuntungan yang cukup baik .

Bahan baku yang didapatkan Chokato untuk pengolahan cokelat berasal dari hasil usahatani kelompok tani kakao Tanjung subur, kelompok tani lainnya sekaligus dari masyarakat sekitar. dimana petani kakao tersebut menjual biji kakao basah atau kering yang sebelumnya telah di fermentasi kepada Chokato setiap kali selesai panen Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibuk Yet selaku karyawan Chokato, Chokato memproduksi rata-rata 160 kg/bulan dan hasil produksi itu berubah menjadi berbagai olahan produk cokelat.

Menurut keterangan dari Kepala Sekretaris Pemberdayaan UMKM Dinas Koperasi dan UMKM Kota Payakumbuh, Chokato merupakan pelopor pabrik pengolahan cokelat yang bisa langsung di konsumsi di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh Kota. Namun, dari segi pemasarannya Chokato memang belum banyak diminati oleh masyarakat Kota Payakumbuh dikarenakan gaya hidup masyarakat yang masih belum familiar dengan mengkonsumsi cokelat sebagai makanan dan minuman sehari-hari. Dan juga ada faktor yang menyebabkan produk Chokato masih susah dipasarkan lebih luas lagi yaitu produk batangan Chokato gampang mencair bila di suhu ruangan. Dan juga Kepala Sekretaris Pemberdayaan UMKM Dinas Koperasi dan UMKM Kota Payakumbuh menyatakan bahwa masyarakat Kota Payakumbuh lebih memilih mengkonsumsi produk yang sudah dikenal luas dibanding produk yang lebih bermanfaat, dan hal tersebut juga merupakan faktor yang membuat produk Chokato masih kurang diminati oleh masyarakat Kota Payakumbuh. Tapi, UMKM Chokato ini memang sudah jarang di bina oleh Dinas Koperasi dan UMKM karena sudah dianggap mandiri.

Bisnis dilakukan untuk mencapai tujuan yaitu menciptakan kondisi para konsumen yang puas. Kepuasan konsumen akan terjadi jika apa yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapan dan keinginannya. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas konsumen, sehingga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Purwanto, 2012).

Tujuan pemenuhan kebutuhan maupun keinginan adalah tercapainya tingkat kepuasan setinggi mungkin. Kemampuan produk untuk memberikan kepuasan tertinggi kepada pemakainya akan menguatkan posisi produk tersebut dalam ingatan konsumen dan akan menjadi pilihan pertama jika terjadi pembelian pada waktu yang akan datang. Perusahaan yang bertujuan memberikan kepuasan tertinggi bagi konsumen akan berusaha menetapkan suatu strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Jika mekanisme pemasaran berjalan baik, maka pihak-pihak yang terlibat dalam usaha akan mendapat keuntungan. Adanya persaingan dengan perusahaan lain dalam kegiatan pemasaran merupakan hal yang wajar, maka dari itu perusahaan dituntut untuk memperhatikan pemasaran produknya agar produk dapat diterima oleh konsumen sehingga akan mempengaruhi penerimaan laba yang akhirnya akan berdampak pada perkembangan usaha. Pemasaran merupakan faktor penentu bagi perusahaan untuk mengukur besar kecilnya volume penjualan produk untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Kotler & Keller, (2007) menyatakan bahwa Bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) harga (*price*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*) yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. Begitu juga

dengan UMKM Chokato, untuk dapat mengetahui apakah Chokato sudah memberikan rasa puas kepada konsumen dan apakah tujuan dari diciptakannya suatu usaha ini sudah tercapai atau belum dan maka diperlukan untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran dari UMKM Chokato ini.

B. Rumusan Masalah

Ketua Kelompok Tani Tanjung Subur menyatakan bahwa sebagian besar hasil dari produk UMKM Chokato dipasarkan dan dipromosikan dengan mendirikan *stand* pada acara-acara yang diadakan oleh pemerintah. Chokato belum memaksimalkan kegiatan promosi melalui sosial media hal ini dapat dibuktikan melalui sosial media chokato yang masih jarang aktif. Hal ini dikarenakan kurangnya tenaga kerja yang pandai dalam mengoperasikan media sosial untuk kegiatan promosi sehingga menyebabkan masih banyak konsumen yang belum mengetahui keberadaan chokato.

Dan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan karyawan chokato menyatakan bahwa sekarang lokasi chokato yang berada jauh dari pusat kota membuat chokato terbilang cukup sulit dalam mendistribusikan produknya secara lebih leluasa lagi, hal ini dibuktikan bahwa pada tahun 2016 chokato sempat membuka toko di daerah Sawah Padang yang letaknya berada di dekat pusat kota Payakumbuh namun dikarenakan beberapa hal chokato menutup toko di sawah padang dan hanya mengoperasikan toko di daerah Kapalo Koto, Payakumbuh Selatan.

Untuk harga, produk olahan chokato memiliki harga yang relatif lebih tinggi dibanding produk olahan coklat yang berada di payakumbuh lainnya hal ini dikarenakan bahan-bahan yang dipakai untuk menciptakan produk coklat chokato adalah bahan-bahan yang terpilih kualitasnya. Dan terkait dengan harga jual produk Chokato ini, pemilik usaha harus mempertimbangkan harga jual agar tidak mengalami kerugian akibat terlalu besarnya pengeluaran untuk penjualan produk.

Pada segi lokasi, Chokato sempat membuka gerai yang terletak di dekat pusat kota Payakumbuh namun dikarenakan beberapa alasan toko tersebut ditutup, hal ini juga yang membuat konsumen terbilang cukup sulit menemukan Chokato karena

setelah menutup toko yang terletak di dekat pusat kota Chokato hanya mengoperasikan toko di Kapalo koto, Ampangan, Payakumbuh Selatan.

Semenjak *pandemic* Covid-19 masuk ke Indonesia sejak awal tahun 2020 membuat Chokato mengalami penurunan penjualan. Hal ini didukung dengan pernyataan Wren dan Lewis (dalam Betty Silfia, 2021) yang menemukan kecenderungan bahwa pandemi Covid-19. Tidak hanya merugikan sisi kesehatan, virus ini bahkan mempengaruhi perekonomian negara-negara di seluruh dunia, tak tekecuali Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki kedudukan khusus di perekonomian Indonesia juga terdampak secara serius. Berdasarkan data BPS diketahui jumlah UMKM mencapai 64,2 juta unit per 2018. Angka tersebut mencapai 99,9 persen dari keseluruhan usaha yang beroperasi di Indonesia. UMKM berkontribusi 60,3% dari total Produk Domestik Bruto (PDB), dan menyerap 97% dari total tenaga kerja serta 99% dari total lapangan kerja.

Hal tersebut sejalan dengan pernyataan bapak Joni yang mengatakan bahwa penurunan konsumen terjadi kurang lebih sekitar 60% di banding dengan masa sebelum *pandemic*. Hal ini dikarenakan pada masa sebelum *pandemic* tidak ada ketentuan pembatasan sosial wilayah sehingga hal tersebut tidak membatasi jumlah pengunjung atau konsumen Chokato yang banyak berasal dari suatu rombongan seperti rombongan Ibuk-ibuk PKK, rombongan suatu Kedinasan, rombongan Mahasiswa, dan banyak lainnya.

Untuk mampu bertahan di pasar, Chokato tidak hanya harus memperhatikan dari segi kualitas produk saja namun ada beberapa faktor lain yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perusahaan yang juga harus dicermati oleh UMKM Chokato seperti pemasarannya (promosi) yang konsumen kebanyakan melakukan promosi hanya dari mulut ke mulut, harga yang ditawarkan (*price*), lokasi tempat usaha (*place*) yang strategis namun terdapat beberapa kekurangan seperti jarak yang cukup jauh dari pusat kota, orang-orang (*people*) yang menyampaikan produk barang maupun jasa kepada konsumen yang tidak semuanya memiliki *performance* tinggi, lingkungan fisik (*physical evidence*) yang akan menunjang daya tarik dari warung baik dari *design* interior dan susunan letak kursi sehingga pembeli merasa nyaman

saat berada di Chokato, serta proses (*process*) penyampaian produk kepada konsumen juga perlu diperhatikan yang mungkin sedikit lambat. Dalam hal pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing

Berdasarkan penjabaran diatas peneliti tertarik untuk menganalisis bauran pemasaran yang dilakukan pada UMKM Chokato di Kel. Kapalo Koto, Kec. Payakumbuh Selatan, dengan judul : **“Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada UMKM Chokato Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Payakumbuh”**, adapun yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran bauran pemasaran (*Marketing Mix*) Pada UMKM Chokato di Kota Payakumbuh
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran (*Marketing Mix*) Pada UMKM Chokato di Kota Payakumbuh terhadap kepuasan konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis dalam penulisan penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menggambarkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) Pada UMKM Chokato di Kota Payakumbuh
2. Mengetahui bagaimana pengaruh bauran (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Chokato di Kota Payakumbuh

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan masukan bagi UMKM Chokato di Kota Payakumbuh untuk mengembangkan usahanya dengan memperhatikan kepuasan konsumen
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tambahan ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya mengenai bauran pemasaran
3. Sebagai sumber referensi atau bahan rujukan bagi pembaca atau peneliti lainnya dalam melakukan penelitian ini lebih lanjut