

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan sektor yang memberi kontribusi terbesar ekonomi bagi Indonesia, hal ini disebabkan oleh perusahaan makanan dan minuman yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun terus meningkat pula. Saat ini kecenderungan masyarakat Indonesia dalam menikmati makanan siap saji menyebabkan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru di bidang makanan dan minuman karena mereka menganggap sektor industri makanan dan minuman memiliki prospek yang menguntungkan baik masa sekarang maupun yang akan datang (Aidha, 2016). Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Pertanian (2015) bahwa konsumsi *frozen food* seperti sosis, bakso dan *nugget* mengalami kenaikan tiap tahunnya rata-rata terjadi kenaikan sekitar 10,28 persen. Hal ini diakibatkan oleh kecenderungan masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi makanan siap saji.

Di Sumatera Barat khususnya kota Padang sendiri produk *frozen food* belum terlalu diminati, hal ini terjadi karena gaya hidup masyarakat di kota Padang yang cenderung memilih makanan segar, dikarenakan akses untuk mendapatkan makanan segar masih mudah, dengan gaya hidup tersebut bukan berarti produk *frozen food* tidak diterima di kalangan masyarakat, hal ini terbukti dengan semakin maraknya toko yang menjajakan produk *frozen food* di kota Padang seperti Best Meat, Ratu *frozen food*, Frozen Mart, dan Kharisma *frozen food*, dll, akan tetapi kebanyakan produk *frozen food* dari gerai yang ada merupakan produk yang sudah berstandarkan BPOM.

Salah satu toko yang memiliki produk *frozen food* berstandarkan *Homemade Industry* di Kota Padang adalah Pasar Rabu Tani (PRT) yang terletak di Jl. Cupak Tengah No. 29, Kel. Cupak Tengah, Kec. Pauh, Kota Padang. Pasar Rabu Tani merupakan sebuah toko yang berada di bawah naungan Koperasi Mandiri dan Merdeka (KMDM), sesuai dengan sifat dasar dari koperasi yaitu kekeluargaan. Pasar Rabu Tani bekerja sama dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kota Padang untuk memproduksi produk *frozen food*. Walaupun produk yang dijual masih banyak bersifat *Home Industry*, akan tetapi dari segi rasa, produk yang diujakan juga tidak kalah baik dari perusahaan besar. Beberapa produk *frozen food* yang tersedia seperti Bakso, *Nugget*, Ayam Ungkep, Dendeng, dan Cemilan/makanan selingan. Selain produk *frozen food* Pasar Rabu Tani juga menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti sayur (organik), beras, telur, dan minuman dingin atau beku, yang semuanya adalah hasil produksi produsen kecil di kota Padang, dikarenakan produk *Frozen Food* di Pasar Rabu Tani hanya berasal dari UMKM setempat, produk yang ada memiliki design yang kurang menarik.

Lokasi dari Pasar Rabu Tani yang berada di area kampus Universitas Andalas ini mengakibatkan konsumen produk *frozen food* yang beragam, mulai dari mahasiswa, dosen hingga ibu-ibu rumah tangga. Walaupun lokasi Pasar Rabu Tani sendiri sudah strategis, belum bisa mendorong untuk terjadinya penjualan yang tinggi pada produk *frozen food* mereka, hal ini disebabkan karena masih banyaknya masyarakat yang memilih bahan makanan yang segar dan kurangnya promosi yang dilakukan oleh Pasar Rabu Tani sendiri. Toko Pasar Rabu Tani memiliki luas toko 20m² yang terdiri dari meja kasir, lemari barang, kursi untuk tamu, ruang sholat, outlet yang *didesign* sedemikian rupa agar terkesan luas. Untuk simbol atau tanda yang berguna untuk menampilkan informasi mengenai usaha yang ada, Pasar Rabu Tani hanya mengandalkan spanduk yang berukuran 1x5m dan juga tidak adanya papan nama dipinggir jalan

untuk menunjukkan adanya usaha yang sedang berjalan. Untuk produk yang ada di toko, tidak semua produk memiliki label harga yang tercantum, padahal label harga dapat membantu memberikan informasi kepada konsumen tanpa harus bertanya kepada karyawan.

Dalam proses pembelian, konsumen bisa langsung datang ke toko atau bisa melakukan pemesanan secara *online* melalui *website* / whatsapp, jika konsumen melakukan pembelian secara *online* barang yang dibeli akan dikirimkan esok hari dan konsumen akan dibebankan biaya ongkos kirim, apabila produk yang dipesan oleh konsumen secara *online* tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen dapat melakukan pengembalian dan akan diganti dengan produk yang baru. Pasar Rabu Tani menyediakan *website* yang bisa diakses melalui www.pasarrabutani.com sehingga konsumen bisa melakukan pembelian tanpa harus keluar rumah dan juga barang yang dipesan bisa diantarkan langsung ke alamat konsumen. *Website* ini dibuka untuk transaksi sejak tanggal 1 Juni 2020, dengan motivasi untuk mengurai solusi ketahanan pangan produsen dan konsumen selama pandemi Covid-19. Dan jika konsumen melakukan pembelian secara offline atau langsung maka akan langsung dilayani oleh karyawan.

Dari hasil wawancara kepada salah satu karyawan di Pasar Rabu Tani didapat bahwa hasil penjualan semua produk *frozen food* dalam sebulan hanya berkisar antara Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000 saja, angka tersebut termasuk kecil jika dibandingkan dengan toko yang menjual produk *frozen food* lainnya seperti *Best Meat*, *Ratu frozen food*, *Frozen Mart Padang*, dan *Hijrah Raya frozen food*. Untuk menyikapi masalah tersebut upaya yang dilakukan oleh Pasar Rabu Tani yaitu dari melakukan promosi di berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram dan juga Whatsapp hingga menyediakan fasilitas gratis ongkos kirim untuk pengantaran produk semua ini dilakukan agar dapat meningkatkan penjualan produk.

Ditinjau dari segi pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Pasar Rabu Tani bisa dikatakan sudah cukup baik, karena karyawan di Pasar Rabu Tani sering diikutkan dalam seminar pelatihan kewirausahaan guna untuk memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan di Pasar Rabu Tani dituntut agar selalu ramah, sopan, dan rapi agar dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen karena karyawan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Dalam segi berpakaian, karyawan dari Pasar Rabu Tani bebas menggunakan pakaian karena Pasar Rabu Tani belum mempunyai baju seragam.

Ditinjau dari segi harga, produk dari Pasar Rabu Tani ini mungkin sedikit lebih tinggi dari harga produk *frozen food* perusahaan besar misalnya PT Belfoods Indonesia yang memproduksi *nugget* dengan merek Belfoods, hal ini terjadi karena produk yang ada di toko ini berasal dari industri rumah tangga yang melakukan produksi dalam jumlah kecil dan pembelian bahan baku yang juga dalam jumlah kecil, dan juga tidak adanya diskon atau pengurangan harga yang diberikan toko ini menjadi penyebab rendahnya omzet yang didapat.

Beberapa produk yang ada masih memiliki kekurangan seperti *packaging* yang kurang memadai, harga yang ditawarkan sedikit diatas produk *frozen food* yang beredar, dan juga untuk pembelian produk secara *online*, produk baru bisa diantarkan untuk hari berikutnya. Rendahnya tingkat *complain* yang diterima oleh toko Pasar Rabu Tani bisa menjadi acuan bahwa Pasar Rabu Tani sudah memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen mereka.

Banyaknya pesaing yang menawarkan produk *frozen food* dengan harga yang lebih murah, menyebabkan rendahnya daya jual beli di Pasar Rabu Tani, walaupun minat beli masyarakat akan produk *frozen food* sangat tinggi Pasar Rabu Tani belum bisa menawarkan harga yang bersaing dikarenakan rata – rata produk yang ada di Pasar Rabu Tani masih berstandarkan *home industry* atau industri rumah tangga.

Adanya beberapa masalah yang dihadapi Pasar Rabu Tani tersebut, tentunya sangat penting untuk segera diatasi agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan, karena selain banyaknya pesaing di Kota Padang yang memasarkan produk *frozen food* dengan harga yang murah juga untuk meningkatkan minat pelanggan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang disediakan oleh Pasar Rabu Tani sendiri. Sampai saat ini, pihak pengelola Pasar Rabu Tani belum melakukan umpan balik untuk produk-produk yang dijual, terutama *frozen food*, kepada konsumen yang sudah melakukan transaksi di Pasar Rabu Tani tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran *Frozen Food* di Pasar Rabu Tani di Kota Padang**”

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen di Pasar Rabu Tani di Kota Padang
2. Bagaimana karakteristik pembelian konsumen di Pasar Rabu Tani di Kota Padang
3. Bagaimana kepuasan konsumen di Pasar Rabu Tani di Kota Padang

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis karakteristik konsumen di Pasar Rabu Tani di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis karakteristik pembelian konsumen di Pasar Rabu Tani di Kota Padang.
3. Untuk menganalisis kepuasan konsumen di Pasar Rabu Tani di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan usaha lebih lanjut.
2. Dapat digunakan pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan oleh pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan.

