

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan sektor pertanian di dalam pembangunan nasional sangat penting karena sektor ini mampu menyerap sumber daya yang paling besar dan memanfaatkan sumber daya yang ada serta merupakan sumber pendapatan mayoritas penduduk Indonesia. Pembangunan dan perubahan struktur ekonomi tidak bisa dipisahkan dari sektor agroindustri, maka pembangunan agroindustri disepakati sebagai lanjutan dari pembangunan pertanian. Manalili dan Sajise menuliskan bahwa agroindustri adalah fase pertumbuhan setelah pembangunan pertanian, tetapi sebelum pembangunan tersebut memulai ke tahapan pembangunan industri. Agroindustri adalah industri yang berbahan baku utama dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan baku utamanya adalah produk pertanian (Soekartawi, 2005: 9). Pengolahan hasil produk pertanian menjadi penting karena pertimbangan-pertimbangan diantaranya meningkatkan nilai tambah, meningkatkan kualitas hasil, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan keterampilan produsen, dan meningkatkan pendapatan produsen (Soekartawi, 2003: 89).

Agroindustri pangan merupakan salah satu industri pengolahan hasil pertanian yang memegang peranan penting dalam hal diversifikasi pangan. Salah satu jenis agroindustri pangan yang sudah lama dikenal adalah industri pengolahan tepung terigu seperti roti, mie, biskuit, dan lain-lain. Dalam rangka untuk terus meningkatkan tampilan (*performance*) agroindustri, khususnya industri pengolahan bahan pangan maka masyarakat pengolahan agroindustri bahan pangan melakukan upaya-upaya sebagai berikut (Soekartawi, 2005: 26):

- (1). Meningkatkan kualitas dan keamanan produk.
- (2). Meningkatkan kemampuan manajerial, keterampilan para pengelola dan pekerja.
- (3). Melakukan strategi pemasaran dengan cara pengembangan produk.
- (4). Meningkatkan promosi.
- (5). Meningkatkan jasa pelayanan dan informasi.

(6). Meningkatkan *networking*

(7). Meningkatkan teknik–teknik baru secara terus menerus.

Usaha kecil di bidang agroindustri memiliki peran penting didalam perekonomian di Indonesia. Usaha kecil sebagai konsep mengacu kepada dua aspek. Pertama, aspek perusahaan, yang melakukan aktifitas produksi dengan mengombinasi faktor-faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa serta memasarkan dan mencetak keuntungan. Kedua, aspek pengusaha yaitu, orang dibalik usaha/perusahaan yang biasanya adalah pemilik, pengelola sekaligus administrator dari perusahaannya. Berdasarkan UU No.9/1995 tentang usaha kecil yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana yang diatur dalam undang-undang ini.

Perkembangan bisnis bakery di Indonesia menjadi bagian penting yang harus diperhatikan oleh produsen guna memenuhi kebutuhan konsumennya. Semakin banyak peluang menggiurkan dalam bisnis bakery, semakin banyak pengusaha bakery sehingga semakin tinggi pula persaingan dalam bisnis ini. Pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan konsumen bakery akan menjadi arah dalam membuat produk bakery memiliki nilai tinggi agar terus dibeli dan dicari, bahkan lokasi juga menjadi pertimbangan pelaku bakery untuk mengembangkan bisnisnya.

Program pembangunan industri dan perdagangan di Sumatera Barat diarahkan untuk mendorong pertumbuhan agroindustri dan agribisnis skala kecil dan menengah dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang tersedia di daerah sampai kepedesaan, sehingga dapat menyerap tenaga kerja setempat atau berdampak positif terhadap pengembangan program padat modal dan padat karya. Perkembangan industri di Kota Padang berdasarkan cabang industri, industri produk roti dan kue memiliki jumlah unit usaha tertinggi kedua dari industri lainnya pada tahun 2014. Ini terlihat bahwa industri produk roti dan kue memiliki unit usaha dan penyerapan tenaga kerja kedua terbesar setelah industri kerupuk, keripik, peyek, dan sejenisnya, dengan unit usaha sebanyak 188 dan jumlah tenaga kerja sebanyak 754 orang (Lampiran 1).

Salah satu industri yang termasuk dalam kelompok industri pangan yang mengolah hasil pertanian di Kota Padang adalah industri roti. Industri roti ini melakukan proses produksi dengan mengolah tepung terigu, gula, telur, susu bubuk dan cair, mentega, ragi roti dan garam menjadi produk dengan nilai tambah dan siap dikonsumsi dengan kandungan gizi yang baik. Seiring dengan aktivitas yang semakin sibuk dan kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan bergizi, maka roti merupakan pilihan makanan alternatif disegala kondisi waktu.

Kandungan gizi roti ditentukan oleh bahan penyusun adonan dan cara pembuatan roti yang baik dan higienis. Bahan baku roti dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu bahan utama dan bahan tambahan. Dalam 100 gram roti tawar umumnya terdiri dari bahan baku utama yaitu 57% tepung terigu, 36% air, 0,08% ragi roti, 0,8% malt dan 1% garam dapur, sementara untuk bahan baku tambahan terdiri dari 1,6% gula pasir, 1,6% mentega, 1% tepung susu dan 0,2% garam mineral. Sedangkan untuk roti manis lebih diperkaya oleh vitamin dan protein dari bahan pengisi seperti pisang, nanas, strawberry, coklat, keju, sosis, daging ayam.

Semakin berkembangnya industri roti Di Kota Padang maka dapat menimbulkan adanya persaingan antar industri yang semakin ketat. Dengan demikian, setiap produsen roti harus mampu untuk meningkatkan mutu, mempertahankan produknya serta menginovasi produk. Oleh karena itu produk yang ditawarkan kepada masyarakat haruslah sebuah produk yang sesuai dengan kebutuhan, selera dan keadaan keuangan mereka. Analisis terhadap persaingan hendaknya perusahaan tidak hanya memperhatikan para pesaing yang ada, tetapi juga harus memperhatikan dari perilaku konsumen. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah konsumen tertarik dengan produk suatu perusahaan, kemudian melakukan keputusan pembelian atau bagaimana persepsi konsumen untuk membeli produk tersebut.

Ries dan Trout mengatakan bahwa "*the consumer mind*" yang menggarap persepsi konsumen itu adalah medan perang pemasaran terutama dalam kiat-kiat *positioning*. *Positioning* adalah kiat mempengaruhi dan membentuk persepsi konsumen terhadap produk atau merek yang diperkenalkan (Prasetijo dan Ihalauw, 2004: 67). Pemasaran merupakan salah satu kegiatan terpenting bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, mengembangkan

diri dan juga untuk mendapatkan laba. Dalam kegiatan pemasaran yang terpenting adalah perusahaan harus dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Karena dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, maka dengan sendirinya konsumen akan terus melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Pemasar perlu memahami gagasan persepsi secara keseluruhan dan berbagai konsep yang berhubungan dengannya, sehingga mereka dapat lebih mudah menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen (Schiffman dan Kanuk 2008: 136).

B. Perumusan Masalah

Industri Safari Bakery mulai berdiri tahun 1980, berawal dari pabrik roti yang dirintis oleh Bapak Irwan (alm) sampai tahun 1990. Produk yang dihasilkan berupa berbagai macam roti yang dipasarkan di wilayah Sumatera Barat. Setelah itu, industri ini beralih ke Bakery pada tahun 1990 sampai sekarang yang berpusat di jalan Damar no.50c kecamatan Padang Barat, Kota Padang. Tahun 2004 industri ini membuka cabang di jalan Aru no.26 Padang, dan pada tahun 2010 industri ini juga membuka cabang di jalan Imam Munandar, Taluk Kuantan Riau. Pada toko di jalan Damar no.50c, industri ini memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 10 orang. Industri ini menghasilkan produk berupa roti tawar, roti manis, dan cake. Berdasarkan kriteria industri dan perdagangan dari Disperindagtamben Kota Padang, industri ini tergolong industri kecil (Lampiran 2).

Setiap perusahaan menginginkan adanya perkembangan didalam usahanya seperti peningkatan volume produksi, volume penjualan. Di dalam perkembangan usahanya Safari Bakery mengalami tantangan yang cukup besar karena tingkat persaingan yang tinggi dikalangan produsen roti yang sejenis dalam skala usaha, produk dan wilayah pemasaran yang sama. Berdasarkan Dinas Perindagtamben Kota Padang 2014, sudah tercatat terdapat 34 industri roti formal yang berada di Kota Padang (Lampiran 3) yang memiliki kapasitas produksi yang berbeda-beda di setiap perusahaan. Dengan banyaknya jumlah industri roti yang berada di Kota Padang, dan diperkirakan akan semakin berkembang, maka perusahaan roti Safari Bakery menghadapi pesaing yang semakin tinggi. Selain itu perusahaan pesaing

mempunyai lokasi yang strategis dan juga didukung dengan *display* toko dan fasilitas yang bagus.

Munculnya banyak pesaing baru didalam industri roti ini membuat industri Safari Bakery mengalami kesulitan dalam mencapai tingkat penjualan yang diinginkan. Serta berdasarkan keterangan yang diberikan oleh pihak industri Safari Bakery rata-rata penjualan roti dalam lima tahun belakangan tidak mengalami peningkatan jumlah, hal tersebut relatif stabil atau stagnasi bahkan cenderung menurun (Lampiran 4). Dengan demikian, untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh pihak Safari Bakery, pihak industri Safari Bakery harus dapat membuat tindakan dengan melihat kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap roti yang dihasilkan. Apakah roti yang dihasilkan telah sesuai dengan selera dan keinginan konsumen?. Untuk itu perlu dilakukan penelitian dengan tujuan mengetahui karakteristik konsumen Safari Bakery dan bagaimana persepsi konsumen tersebut terhadap *performance* produk serta tingkat kepentingannya.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Persepsi Konsumen Produk Roti Manis Safari Bakery di Kota Padang**” dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen Safari Bakery ?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap roti manis Safari Bakery?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui karakteristik konsumen Safari Bakery di Kota Padang.
2. Menganalisis persepsi konsumen terhadap roti manis Safari Bakery.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya:

1. Bagi Akademis

Dapat memberikan informasi tambahan dan wawasan mengenai perilaku konsumen khususnya pada penilaian persepsi terhadap suatu produk dan dapat menjadi referensi untuk penelitian perilaku konsumen selanjutnya.

2. Bagi industri Safari Bakery

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk memproduksi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan berdampak pada kenaikan volume penjualan.

