

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting di dalam pembangunan nasional karena sektor ini mampu menyerap sumber daya yang paling besar dan memanfaatkan sumber daya yang ada serta merupakan pendapatan mayoritas penduduk Indonesia. Pembangunan dan perubahan struktur ekonomi tidak dipisahkan dari sektor agroindustri dan agribisnis. Sektor agribisnis sangat ditentukan oleh kondisi agroindustri dalam masa sekarang dan masa akan datang dan pada akhirnya akan mempengaruhi struktur ekonomi secara keseluruhan dari masa mendatang (Soekartawi, 2005: 5).

Agroindustri merupakan bagian dari enam subsistem agribisnis yaitu subsistem penyediaan sarana produksi dan peralatan, pembibitan, usaha tani, pengolahan hasil (agroindustri), dan pemasaran. Pentingnya agroindustri dalam pembangunan dan dalam perekonomian nasional telah diyakini oleh semua pihak. Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, mampu banyak menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa melalui peningkatan ekspor dan mampu memunculkan industri baru. Karena keunggulan agroindustri inilah maka agroindustri dapat dipakai sebagai salah satu pendekatan pembangunan bagi suatu negara yang berbasis agraris (Soekartawi, 2005:9). Transformasi sektor pertanian ke sektor industri bagi negara sedang berkembang seperti Indonesia ini, tidaklah dapat dihindarkan, karena Indonesia beranjak dari negara agraris menuju negara industri yang maju, maka peranan sektor pertanian masih tetap mewarnai kemajuan di sektor industri, karena itulah diperlukan kondisi struktur ekonomi yang seimbang antara bidang industri yang kuat dengan dukungan pertanian yang tangguh (Soekartawi, 2005: 18).

Prospek industri roti di Indonesia cukup cerah. Hal ini tidak terlepas dari semakin populernya roti di kalangan konsumen Indonesia dan didukung oleh pendapatan masyarakat yang semakin meningkat. Mengonsumsi roti juga dianggap

dapat meningkatkan gengsi dengan harga yang terjangkau. Roti adalah makanan yang praktis, tidak memerlukan persiapan yang lama. Semakin tinggi kesibukan masyarakat khususnya kota-kota besar menyebabkan kebutuhan roti semakin tinggi. Bahkan tidak sedikit negara-negara maju menjadikan roti sebagai makanan pokoknya (Sibarani, 2011: 5).

Bauran pemasaran merupakan suatu alat yang digunakan untuk memperoleh respon yang diinginkan dari pasar sasaran, tetapi yang lebih penting bagaimana memahami bauran pemasaran dari sudut pandang persepsi konsumen. Bauran pemasaran diharapkan dapat meningkatkan *perceived quality* konsumen yaitu penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen. Guna menciptakan loyalitas konsumen perusahaan perlu mengelola permintaan menjadi *inelastis* dengan cara penyesuaian bauran pemasaran, dengan kualitas pelayanan, melakukan promosi yang intensif, dan melakukan *relationship marketing* (Poernomo, 2009: 19).

Loyalitas merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang (Oliver dalam Sangadji dan Sopiah, 2013: 104). Konsumen adalah individu atau kelompok yang berusaha untuk memenuhi atau mendapatkan barang dan jasa untuk kehidupan pribadi atau kelompoknya (Kotler, 2002: 24). Jadi, loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Sangadji dan Sopiah 2013: 104).

Loyalitas konsumen tidak bisa tercipta begitu saja, tetapi harus dirancang oleh perusahaan atau industri. Loyalitas konsumen terhadap produk merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena dengan demikian dapat dilihat bahwa konsumen puas atas produk yang dihasilkan. Kepuasan konsumen pada dasarnya adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap kinerja suatu produk setelah pelanggan mendapatkan atau menggunakan layanan (McKechnie dalam Sangadji dan Sopiah, 2013: 115).

Mengetahui adanya persepsi konsumen mengenai bauran pemasaran/marketing mix dapat dilakukan usaha meningkatkan nilai produk tentang bauran pemasaran, dengan demikian akan dapat memuaskan konsumen sehingga konsumen akan loyal kepada produk roti Aceng Bakery. Oleh karena itu untuk melihat program pemasaran atau kegiatan yang telah dilakukan sudah efektif dan melihat hubungan antara persepsi konsumen tentang bauran pemasaran dengan loyalitas konsumen pada roti Aceng Bakery maka perlu penelitian dengan loyalitas konsumen terhadap roti Aceng Bakery di kota Padang. Dengan mengetahui persepsi konsumen tentang bauran pemasaran, loyalitas konsumen dan hubungan antara keduanya pada roti Aceng Bakery maka akan memberikan masukan untuk membuat program pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat memuaskan konsumen terhadap produk dan meningkatkan jumlah konsumen terhadap produk dan meningkatkan jumlah konsumen yang loyal terhadap roti Aceng Bakery.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan data Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pertambangan Kota Padang Tahun 2010, sektor industri hasil pertanian dan kehutanan merupakan sektor yang paling besar, baik dari segi penyerapan tenaga kerja serta nilai investasi yang ditanamkan (Lampiran 1). Salah satu usaha pengolahan hasil pertanian yang termasuk kedalam industri makanan adalah industri yang berbasis tepung terigu adalah industri roti (Lampiran 2). Berdasarkan survei lapangan yang dilakukan pada usaha roti Aceng Bakery adalah usaha roti yang beralamat di Belakang Sendik BRI Pasar Baru, Padang. Usaha yang berdiri sejak tahun 2009 ini memproduksi berbagai macam jenis roti seperti: roti isi coklat, roti isi mentega dan roti manis.

Usaha roti Aceng Bakery dengan pemilik bapak Syailendra memiliki tenaga kerja sebanyak 15 orang. Berdasarkan pengklasifikasian jumlah tenaga kerja dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, usaha ini digolongkan sebagai industry kecil (Lampiran 3).

Begitu banyak pesaing dalam industri roti khususnya di Kota Padang (Lampiran 4), menyebabkan aspek pemasaran menjadi faktor yang sangat

menentukan dalam peningkatan penjualan pada roti dan dapat dikenal dikalangan konsumen peminat roti. Dalam proses manajemen pemasaran, salah satu yang harus dilakukan adalah mengembangkan bauran pemasaran/*marketing mix* yang terdiri dari pengembangan produk, penetapan harga, distribusi dan promosi (Angipora, 2002: 10).

Dari aspek promosi (*promotion*), Aceng bakery masih kurang dalam melakukan promosi penjualan. Aceng Bakery perlu melihat sejauh mana program dan kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan loyalitas konsumen, dan menciptakan loyalitas konsumen dengan memberikan kepuasan kepada konsumen dari persepsi konsumen. Dengan demikian, diharapkan konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk roti yang di produksi Aceng Bakery, sehingga nantinya dapat memperluas pangsa pasar dari produk yang dihasilkan Aceng Bakery.

Belum dapat diketahui persepsi konsumen tentang bauran pemasaran, sampai mana loyalitas konsumen terhadap Aceng Bakery serta hubungan persepsi konsumen tentang bauran pemasaran dengan loyalitas konsumen pada Aceng Bakery. Dengan menetapkan bauran pemasaran ini dapat meningkatkan harapan dan loyalitas konsumen.

Dari rumusan masalah diatas, timbul pertanyaan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen dan loyalitas konsumen terhadap roti Aceng Bakery?
2. Bagaimana hubungan persepsi konsumen tentang bauran pemasaran dengan loyalitas konsumen pada roti Aceng Bakery?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Persepsi Bauran Pemasaran Dan Hubungannya Dengan Loyalitas Konsumen Pada Roti Aceng Bakery Di Kota Padang”**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis persepsi konsumen dan loyalitas konsumen terhadap roti Aceng Bakery
2. Menganalisis hubungan persepsi konsumen tentang bauran pemasaran dengan loyalitas konsumen pada roti Aceng Bakery.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi Usaha Roti Aceng Bakery sebagai sumbangan pikiran dalam mengembangkan industri agar lebih berkembang menjadi lebih baik dan salah satu bahan pertimbangan pengambilan keputusan pada bauran pemasaran, penelitian selanjutnya dan bagi penulis sendiri, selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bahan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.

