

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peranan agribisnis dalam suatu negara agraris seperti Indonesia adalah besar sekali. Hal ini disebabkan karena cakupan aspek agribisnis adalah meliputi kaitan dari mulai proses produksi, pengelolaan sampai pada pemasaran termasuk di dalamnya kegiatan lain yang menunjang kegiatan proses produksi pertanian serta kegiatan lain yang ditunjang oleh kegiatan pertanian. Tanaman perkebunan merupakan salah satu komoditas yang bisa diandalkan sebagai sentra bisnis yang menggiurkan. Terlebih produk-produk tanaman perkebunan cukup ramai permintaannya, baik di pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri. Selain itu, harga jual yang tinggi juga membuat tanaman perkebunan menjadi salah satu penyumbang devisa negara yang tidak sedikit. Saat ini ada puluhan jenis komoditas perkebunan yang cukup potensial, antara lain karet, kakao, kelapa sawit, kopi, tembakau, dan cengkih (Tim Penebar Swadaya, 2008:3).

Pembangunan pertanian subsektor perkebunan memiliki arti penting, terutama di negara berkembang yang selalu berupaya untuk memanfaatkan sumber daya alam secara lestari dan berkelanjutan. Selain itu, subsektor perkebunan mempunyai peranan penting dalam pembangunan nasional, terutama dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, penerimaan devisa negara, penyediaan lapangan kerja, perolehan nilai tambah dan daya saing, pemenuhan kebutuhan konsumsi dalam negeri, bahan baku industri dalam negeri, serta optimalisasi pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan (Tim Penebar Swadaya, 2008: 5-6).

Bagi daerah Sumatera Barat, kelapa merupakan salah satu komoditi perkebunan rakyat yang memiliki arti penting. Hal ini dapat dilihat dari produksi kelapa yang mengalami peningkatan menjadi 86.815 ton pada tahun 2013 (Lampiran 1). Produksi hasil perkebunan tahun 2013 di kota Padang paling besar adalah produksi kelapa yaitu tercatat 495,46 ton. Sementara posisi kedua terbesar adalah produksi coklat sebesar 73,88 ton. Namun pada tahun 2013 produksi coklat mengalami penurunan sebesar 4,3 ton atau 4,6 persen dari produksi tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik Kota Padang, 2013 : 201).

Tanaman kelapa merupakan komoditi ekspor dan dapat tumbuh disepanjang pesisir pantai khususnya, dan dataran tinggi serta lereng gunung pada umumnya. Buah kelapa menjadi bahan baku minyak disebut kopra. Dimana kandungan minyaknya berkisar antara 60 – 65 %. Sedang daging buah segar (muda) kandungan minyaknya sekitar 43 %. Minyak kelapa terdiri dari gliserida, yaitu senyawa antara gliserin dengan asam lemak. Kandungan asam lemak dari minyak kelapa adalah asam lemak jenuh yang diperkirakan 91 % terdiri dari Caproic, Caprylic, Capric, Lauric, Myristic, Palmatic, Stearic, dan Arachidic, dan asam lemak tak jenuh sekitar 9 % yang terdiri dari Oleic dan Linoleic (Warisno, 2003). Kelapa (*Coccos nucifere*) merupakan sumber minyak nabati yang penting disamping kelapa sawit (*Elacis guineensis*). Mengingat semakin meningkatnya kebutuhan akan minyak nabati di Indonesia, baik minyak untuk kebutuhan rumah tangga maupun minyak secara komersil, maka peningkatan produksi minyak umumnya dan minyak kelapa khususnya perlu mendapat perhatian (Ketaren, 1986).

Minyak kelapa merupakan minyak yang diperoleh dari kopra (daging buah kelapa yang dikeringkan) atau dari perasan santannya. Kandungan minyak pada daging buah kelapa tua diperkirakan mencapai 30-35%, atau kandungan minyak dalam kopra mencapai 63-72%. Minyak kelapa sebagaimana minyak nabati lainnya merupakan senyawa trigliserida yang tersusun atas berbagai asam lemak dan 90% diantaranya merupakan asam lemak jenuh (Ketaren, 1986).

Sebagaimana konsumen lainnya diberbagai belahan dunia lain, konsumen Indonesia sangat beragam. Mereka berbeda dalam hal adat istiadat dan budaya, usia, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, dan gaya hidup. Mereka juga memiliki kegiatan dan hobi yang berbeda. Konsumen yang beragam memiliki kebebasan untuk memilih satu diantara produk yang sama yang ada di pasar. Para pemasar wajib memahami keragaman dan kesamaan konsumen atau perilaku konsumen agar mereka mampu memasarkan produknya dengan baik. Para pemasar harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan konsumsi, sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran dengan lebih baik.

Konsumen tentunya ingin mendapatkan produk dan jasa serta pemuas kebutuhan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka. Banyak konsumen di

Indonesia yang menjadi masyarakat konsumsi tinggi dalam membeli barang/produk bahkan sampai ada yang membeli suatu produk sampai ke luar negeri hanya untuk mendapatkan produk tersebut, itulah sebagian besar masyarakat yang mempunyai dana lebih dan berperilaku sedemikian rupa. Tapi ada juga masyarakat yang biasa-biasa saja, mereka membeli produk cukup di dalam negeri, membeli barang disesuaikan dengan kebutuhan hidup dari dana yang memiliki dan juga mencari produk yang walaupun harganya murah tapi dapat mencukupi kebutuhan mereka (Setiadi, 2003: 24).

Pemasar yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya, sehingga pemasar dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai. Tidak dapat diragukan lagi bahwa pemasar yang memahami konsumen akan memiliki kemampuan bersaing yang lebih baik (Sumarwan, 2003 : 27). Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang cukup sulit dipahami, karena pada saat tertentu beberapa konsumen menyatakan kebutuhan dan keinginannya secara langsung terhadap produsen atau pedagang. Namun, sering juga konsumen tersebut kurang memahami motivasinya secara lebih mendalam terhadap tindakan yang dilakukannya tersebut. Karena itulah konsumen sering mengubah pikiran atau keputusan mereka pada saat terakhir sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap produk tertentu (Setiadi 2003, hal: 1). Oleh karena itu, para pemasar perlu mengetahui dan memahami keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku konsumen dalam berbelanja.

Pada saat ini, produk minyak goreng merupakan salah satu produk yang banyak tersedia di pasaran dengan berbagai merek (Lampiran 2). Produk minyak goreng yang banyak beredar membut posisi persaingan antar merek minyak goreng di pasar menjadi ketat. Persaingan penjualan minyak goreng tersebut memicu produsen minyak goreng berusaha agar produknya laku di pasar. Salah satu minyak goreng yang berasal dari kelapa adalah minyak goreng Arrow yang diproduksi oleh PT. Perindustrian dan Perniagaan Lembah Krya. Minyak goreng Arrow saat ini hanya dapat ditemukan di swalayan tertentu dalam jumlah yang terbatas dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan minyak goreng yang berasal dari sawit.

B. Rumusan Masalah

Jumlah merk (*brand*) produk minyak goreng yang semakin beragam membuat konsumen dihadapkan pada banyak pilihan dan membuat persaingan antar produsen produk minyak goreng untuk menarik pembeli semakin kompetitif. Hal ini menyebabkan konsumen harus memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk minyak goreng yang akan dibeli. Sehingga dari banyaknya alternatif pilihan produk minyak goreng di pasar, konsumen dapat memilih untuk membeli produk minyak goreng yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Setiap perusahaan pasti menginginkan adanya perkembangan atau peningkatan yang baik bagi perusahaannya, begitu juga dengan PT. Perindustrian dan Perniagaan Lembah Karya. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi minyak goreng, minyak kelapa dan sabun cuci di kota Padang. Adapun merk dari minyak kelapa pada industri ini adalah minyak goreng Arrow. PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Karya berlokasi di jalan Simpang Haru nomor 1 RT 003, RW 004, Kelurahan Sawahan Timur, Kecamatan Padang Timur Kota Padang.

Minyak kelapa berbeda dari minyak sawit. Minyak goreng kelapa memiliki kandungan asam lemak jenuh lebih dari 90%, sehingga jauh lebih tahan terhadap oksidasi dibanding jenis minyak goreng lainnya saat dipakai untuk memasak pada suhu tinggi. Lebih lengkapnya kandungan asam lemak minyak kelapa adalah asam lemak jenuh sebesar 92%, asam lemak tak jenuh tunggal sebesar 6% dan asam lemak tak jenuh jamak sebesar 1,6%. Minyak kelapa memiliki kandungan asam lemak yang tinggi. Asam lemak ini, yang juga dikenal dengan nama asam laurat (*lauric acid*), dapat meningkatkan kadar kolesterol baik (*HDL/ high density lipoprotein*). Asam laurat juga diketahui sangat membantu tubuh dalam membasmi bakteri pathogen. Sedangkan minyak goreng sawit memiliki kandungan asam lemak jenuh sebesar 14%, asam lemak tak jenuh tunggal sebesar 75% dan asam lemak tak jenuh jamak sebesar 11%. Kekurangan dari minyak goreng sawit adalah proses produksinya yang melalui proses pemurnian yang dapat mengurangi kadar *beta karotene* dan vitamin A di dalamnya. Minyak kelapa memiliki harga sedikit lebih mahal dibanding minyak sawit. Keunggulan dari minyak kelapa adalah kandungan ketahanannya yang

lebih tinggi terhadap proses penggorengan, sehingga bisa dipakai lebih sering memasak dibandingkan minyak sawit (Priyantoro,2013)

Berdasarkan survey pendahuluan dengan salah seorang perwakilan industri, bahwa industri ini menggunakan bahan baku berupa kelapa yang diperoleh dari petani Sumatera Barat dan Pulau Mentawai dalam bentuk kopra. Menurut data penjualan minyak goreng Arrow pada tahun 2014, 2015 dan 2016 usaha ini mengalami volume penjualan yang menurun setiap tahunnya (Lampiran 3).Terjadinya penurunan atau peningkatan volume produksi dan volume penjualan minyak goreng Arrow tidak terlepas dari adanya peranan konsumen. Salah satu cara untuk mengetahui masalah terhadap penurunan volume penjualan adalah dengan menganalisa tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Umar (2005: 51) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya adalah dengan mengetahui informasi persepsi atau pendapat konsumen tentang produk yang dipasarkan, apakah sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga perusahaan dapat merumuskan kebijakan yang dirasa tepat untuk dilakukan.

Beragamnya merek (*brand*) minyak goreng yang diproduksi oleh pesaing dengan menawarkan fungsi atribut produk sebagai pembeda dengan produk minyak goreng lain seperti merek minyak goreng, harga, warna, kemasan, volume (isi), dan kandungan gizi dapat menyebabkan konsumen produk minyak goreng Arrow beralih ke produk merk lain. Dengan demikian, perlu dilakukan penelitian terhadap perilaku konsumen produk minyak goreng Arrow yang di pasarkan di Kota Padang.

Berdasarkan uraian diatas maka timbullah beberapa pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana karakteristik perilaku konsumen yang tampak terhadap minyak goreng Arrow PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Krya di Kota Padang.

2. Bagaimana persepsi konsumen dan loyalitas konsumen terhadap minyak goreng Arrow PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Karya di Kota Padang.

Dari rumusan pertanyaan diatas maka penulis perlu melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Perilaku Konsumen Minyak Goreng Arrow PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Karya di Kota Padang**”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah :

1. Menganalisis perilaku konsumen yang tampak terhadap pembelian minyak kelapa PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Karya di kota Padang
2. Menganalisis perilaku konsumen yang tidak tampak berupa persepsi konsumen dan loyalitas konsumen terhadap minyak kelapa PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Karya di kota Padang

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada :

1. Bagi pihak intern perusahaan hasil penelitian diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat bagi PT Perindustrian dan Perniagaan Lembah Karya dimasa yang akan datang dalam pengembangan usahanya dan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, sehingga kepuasan konsumen dapat dicapai.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang memberikan informasi kepada mahasiswa yang ingin membahas topik yang sama dimasa yang akan datang.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi siapa saja yang ingin meneliti dan mengembangkan industri kecil sehingga dapat mengambil kebijakan dalam memutuskan strategi yang tepat.